

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

METODOLOGÍA PARA INNOVAR CON ÉXITO: JOBS TO BE DONE

MAURICIO HERNANDEZ

-CONSULTOR DE INNOVACIÓN Y MERCADEO -



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**

150
Columbianos
años

GESTIÓN DE INNOVACIÓN

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ



 Cámara
de Comercio
de Bogotá

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

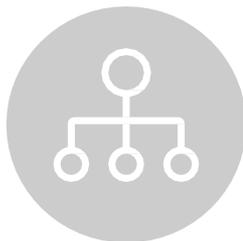
PORTAFOLIO

EL PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, TIENE AL SERVICIO DE LOS EMPRESARIOS DE BOGOTÁ Y LA REGIÓN LOS SIGUIENTES SERVICIOS.

DEGUSTACIÓN DE INNOVACIÓN



ruta de innovación





DEGUSTACIÓN DE INNOVACIÓN

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

- **EVENTOS MASIVOS PARA CONOCER, APLICAR Y ADQUIRIR HERRAMIENTAS CONCRETAS DE INNOVACIÓN QUE PERMITAN PROBARLA DE FORMA TANGIBLE.**
- **UTILIZAR HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DE UNA EXPERIENCIA VIVENCIAL.**
- **CONOCER Y APROPIAR CONCEPTOS, TENDENCIAS, HERRAMIENTAS Y CASOS DE ÉXITO.**
- **APLICAR LOS CONCEPTOS EN LA EMPRESA.**



PORTAFOLIO

DEGUSTACIÓN DE
INNOVACIÓN



RUTA DE INNOVACIÓN



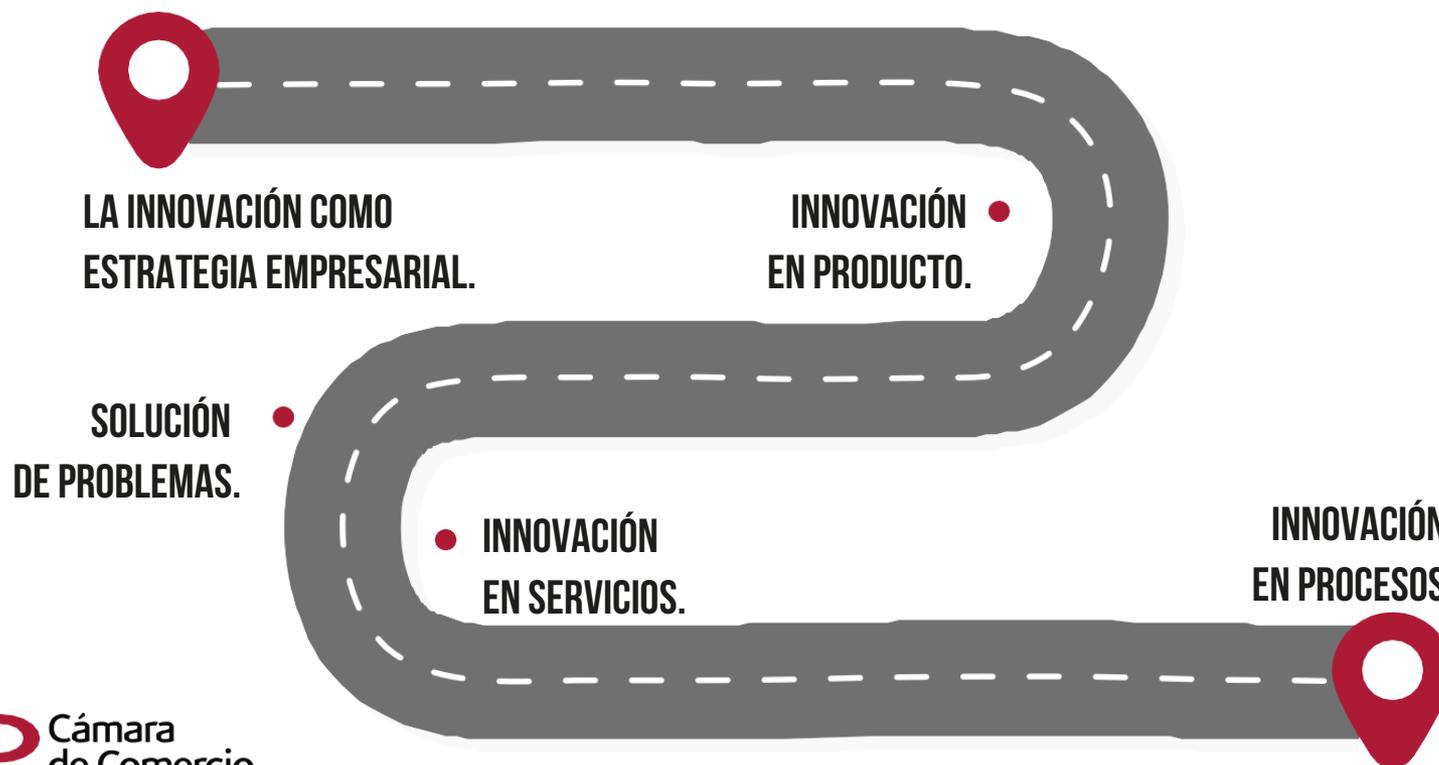
PGI





RUTA DE INNOVACIÓN

TALLERES DE OCHO HORAS GRATUITOS EN DIFERENTES TEMÁTICAS QUE BUSCAN ORIENTAR AL EMPRESARIO EN LA EJECUCIÓN DE POR LO MENOS UN PROYECTO DE INNOVACIÓN.

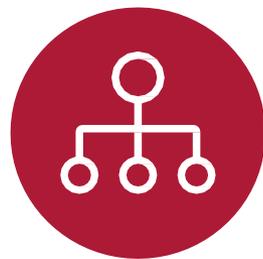


PORTAFOLIO

DEGUSTACIÓN DE INNOVACIÓN



RUTA DE INNOVACIÓN



PGI



PGI

COMPONENTES DEL PROGRAMA DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN



1

GOBIERNO

GRUPO LÍDER CON VISIÓN DE INNOVACIÓN DE LARGO PLAZO.

2

CONSTRUIR LA MÁQUINA

ENTRA UNA OPORTUNIDAD O PROBLEMA Y SALE UNA SOLUCIÓN INNOVADORA.

3

GESTIÓN CONOCIMIENTO

CREAR LOS MEDIOS PARA PROTEGER EL CONOCIMIENTO, VALORARLO Y UTILIZARLO.

4

CULTURA

CONSTRUIR EL AMBIENTE PROPICIO PARA QUE LA INNOVACIÓN HAGA PARTE DEL ADN.

NUESTROS SERVICIOS



01 RASTREO DE
OPORTUNIDADES

03 PROTOTIPAJE Y
VALIDACIÓN

04 SERIE CERO

02 DESCOMPOSICIÓN DEL
PROBLEMA

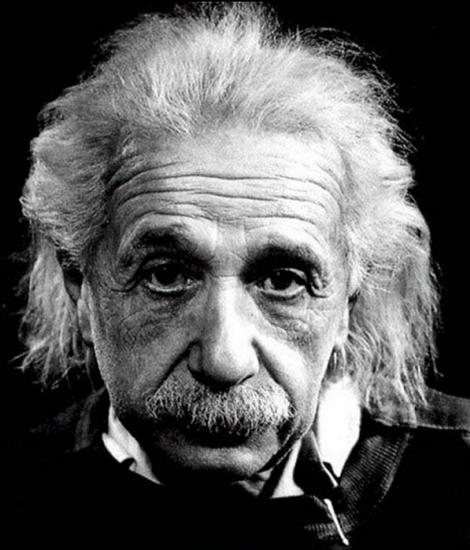
INTELIGENCIA RELACIONAL

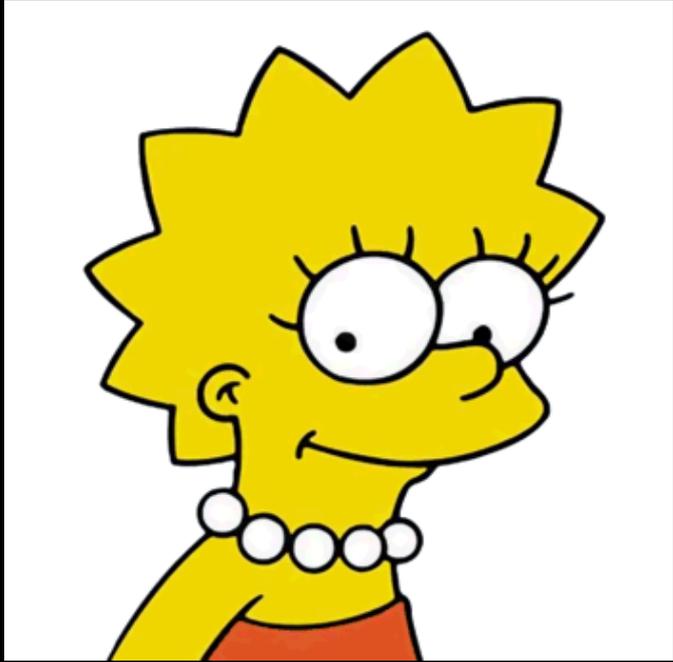
AGENDA TU SESIÓN ESCRIBIENDO A:

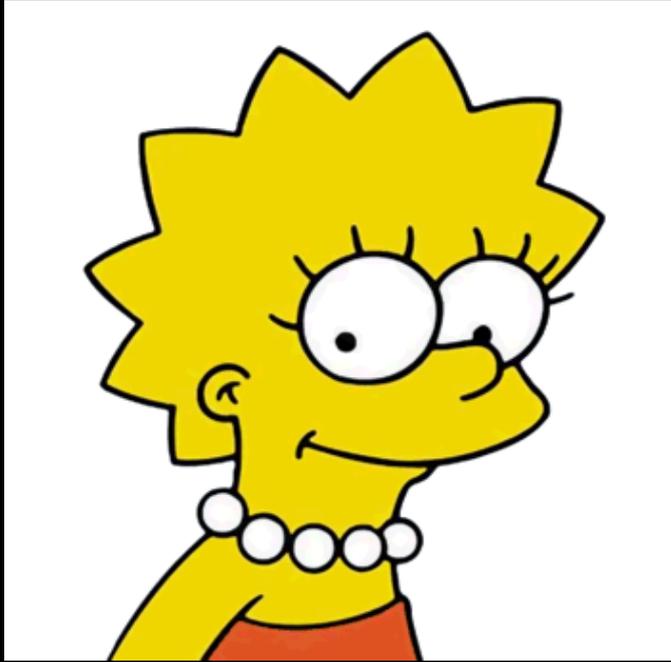
JULIANA.CASTELLANOS@CCB.ORG.CO

BUENOS
DÍAS...

SUPERDOTADOS

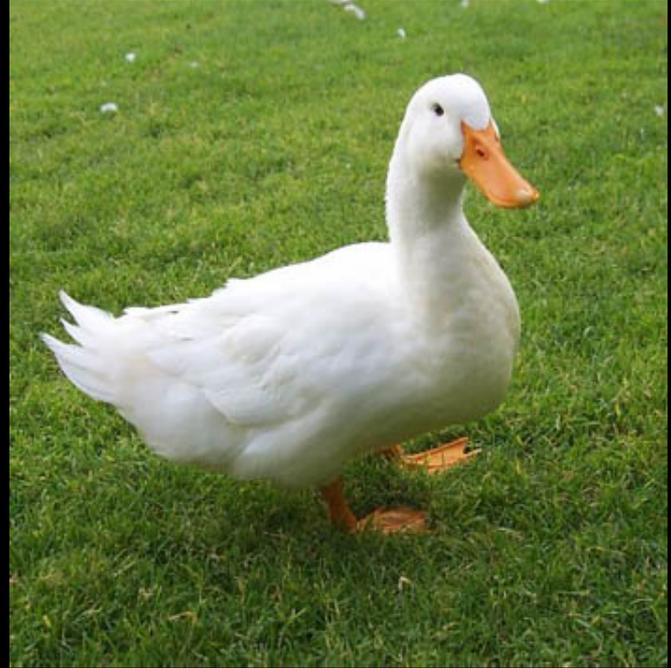


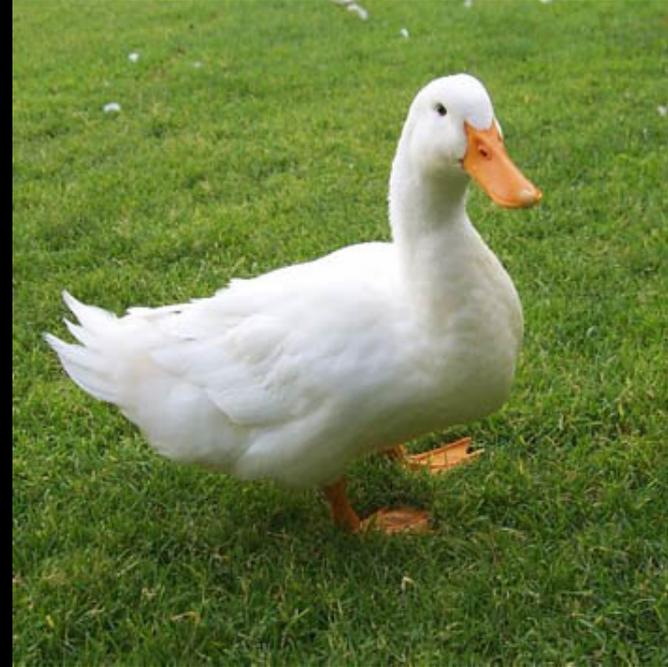




LA MONA LISA

EMPEZAMOS..





EL PATO DONALD





BANDEJA PAISA





MARADONA





PINOCHO



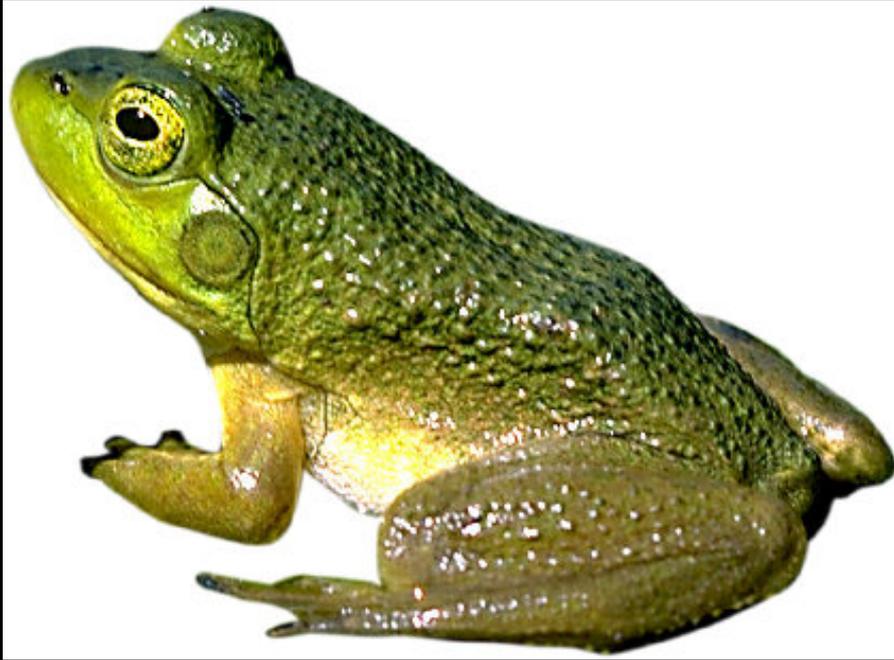


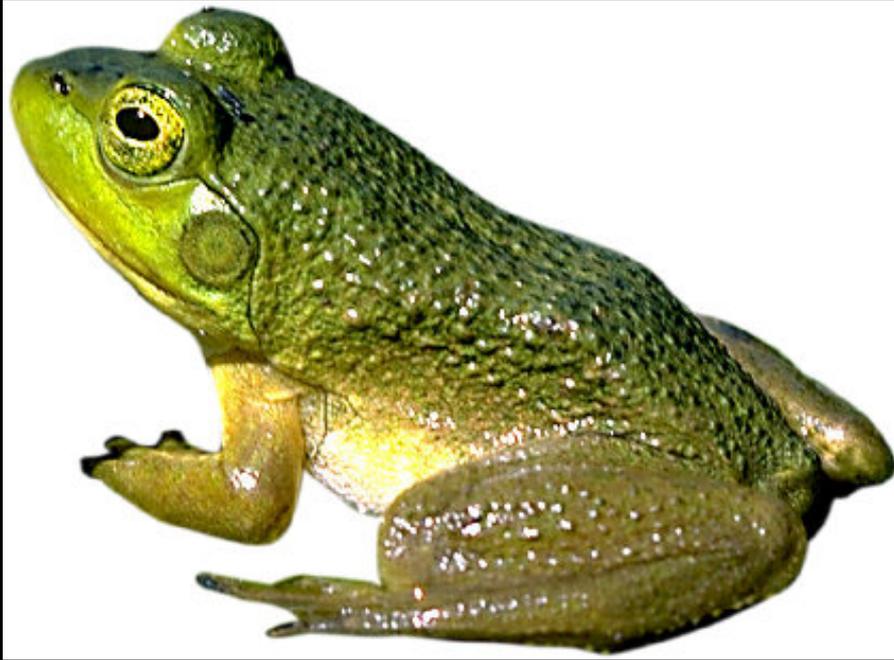
BRUCE WILLIS





LAS TORTUGAS NINJA





LA RANA RENÉ





EL “PIBE” VALDERRAMA

**Calendario
Julio 2010**

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

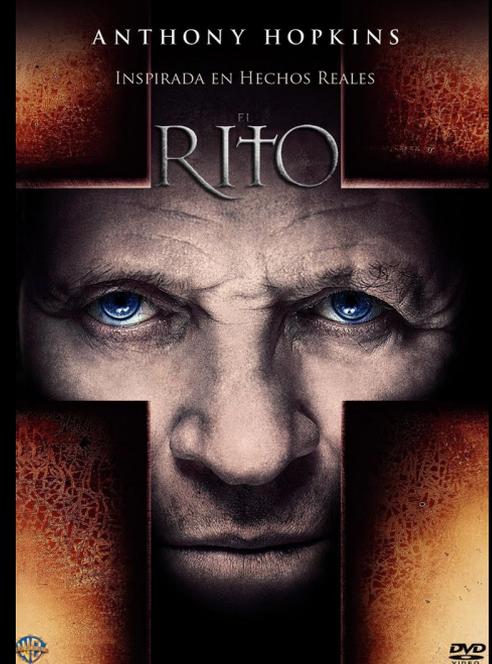
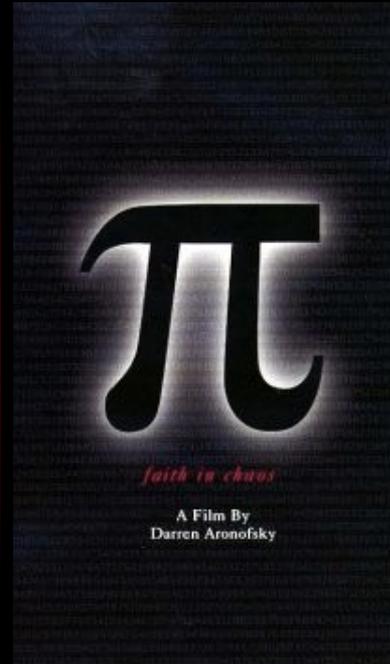
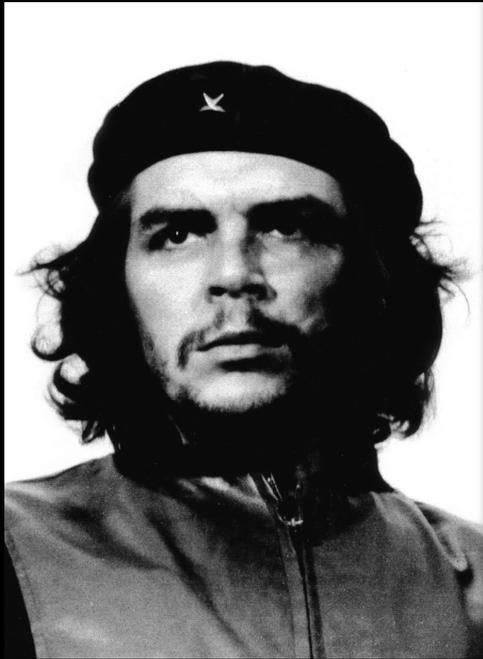


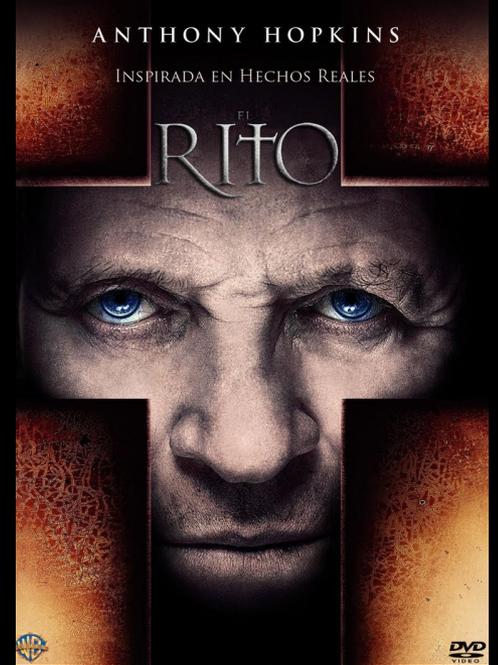
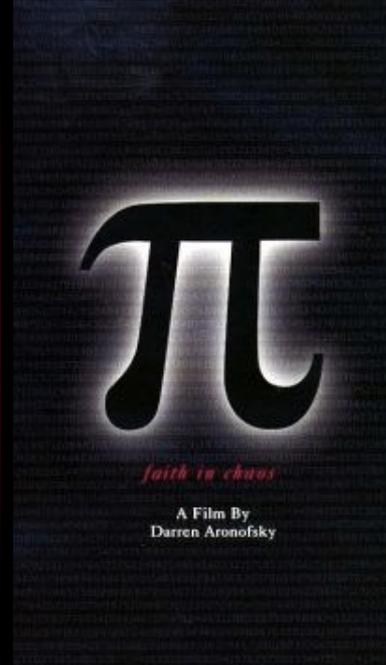
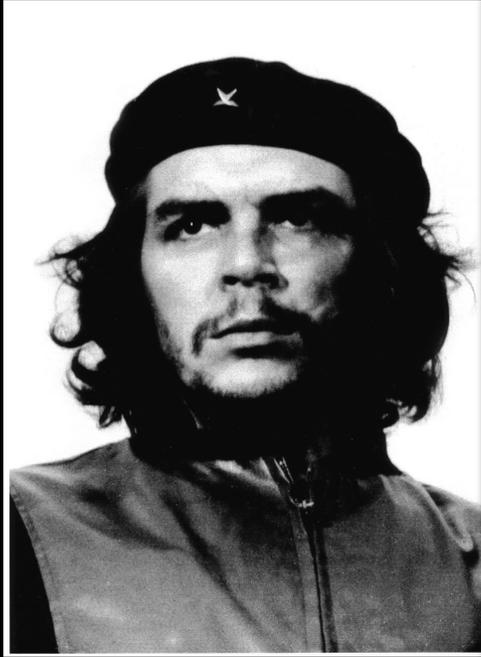
Calendario
Julio 2010

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



JULIO IGLESIAS





CHESPIRITO

UN POQUITO MÁS...
DIFICILES





LA GUERRA DE LAS GALAXIAS





MARIO VARGAS LLOSA





CROACIA



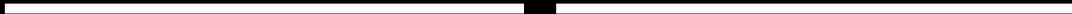


LAS TORRES GEMELAS





PARIS HILTON





BOB MARLEY





NACHO VIDAL

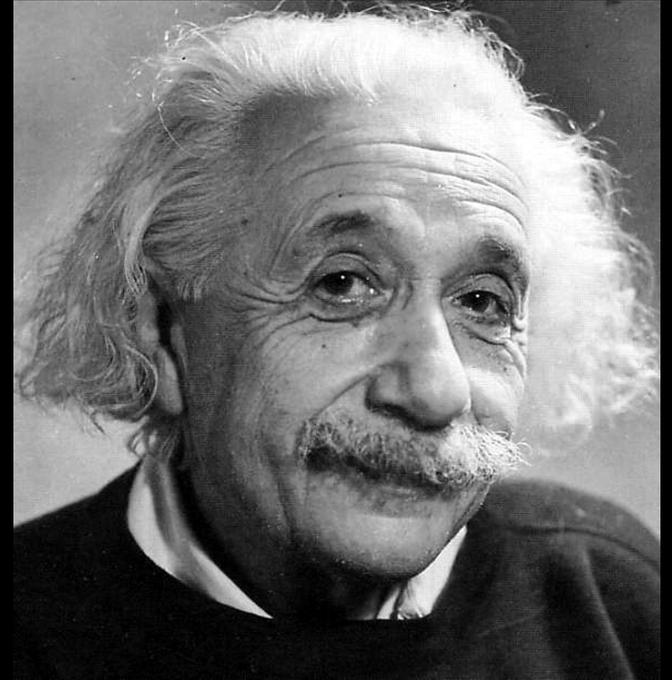
PARA...

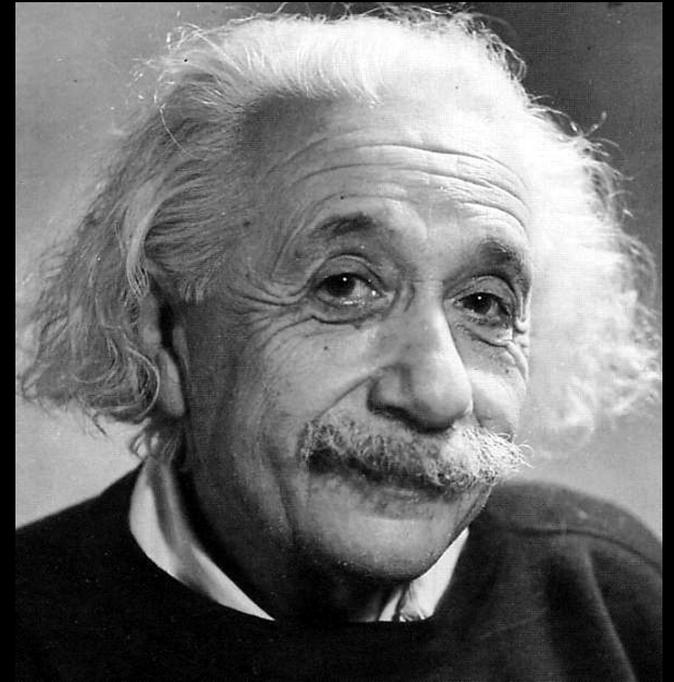
CAMPEONES



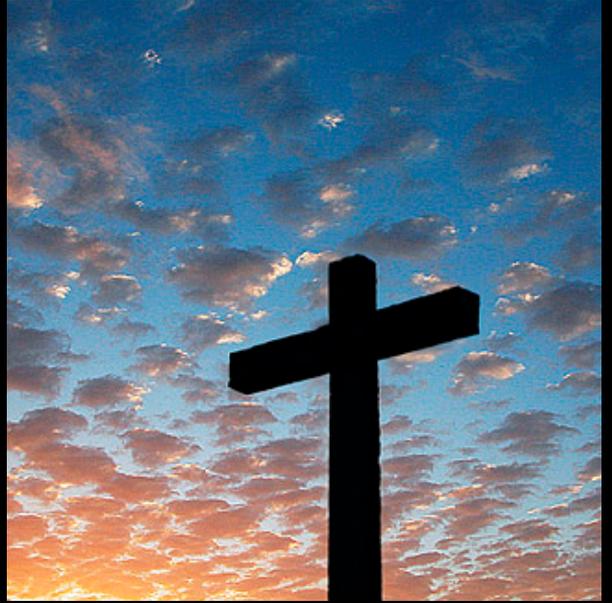


CHOCOLATINA JET





FRANKENSTEIN



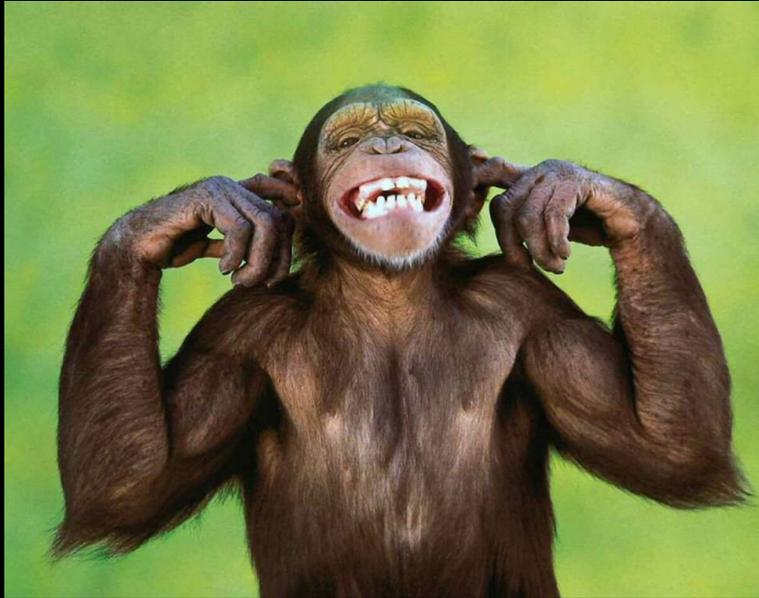


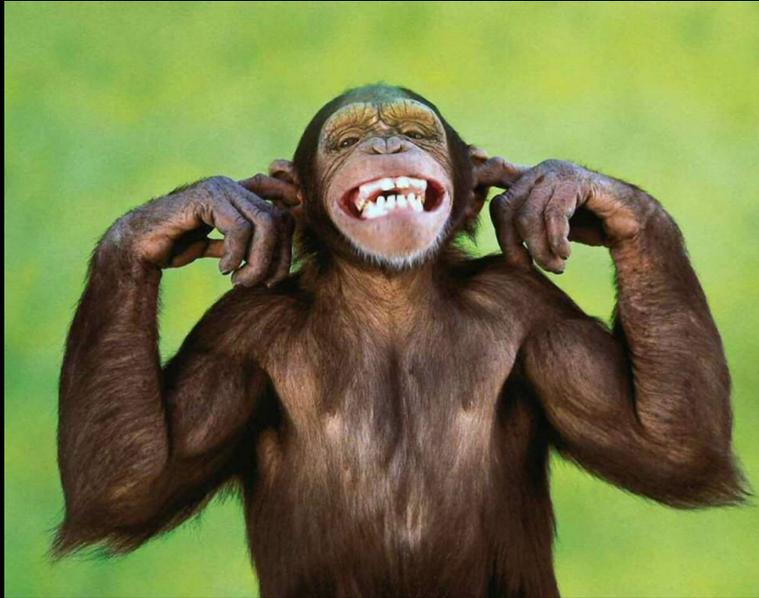
PENELOPE CRUZ



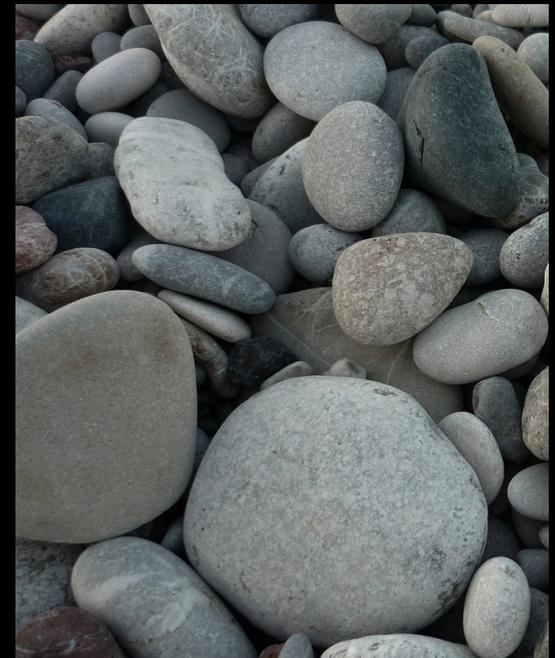


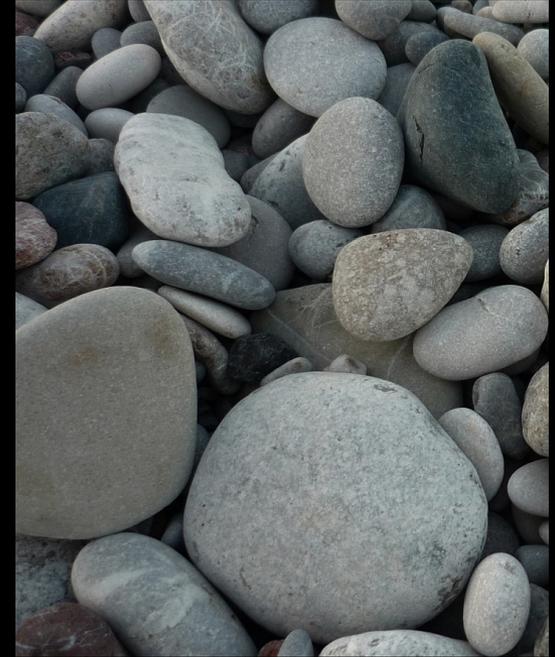
LA CAJA DE PANDORA





MONO JOJOY



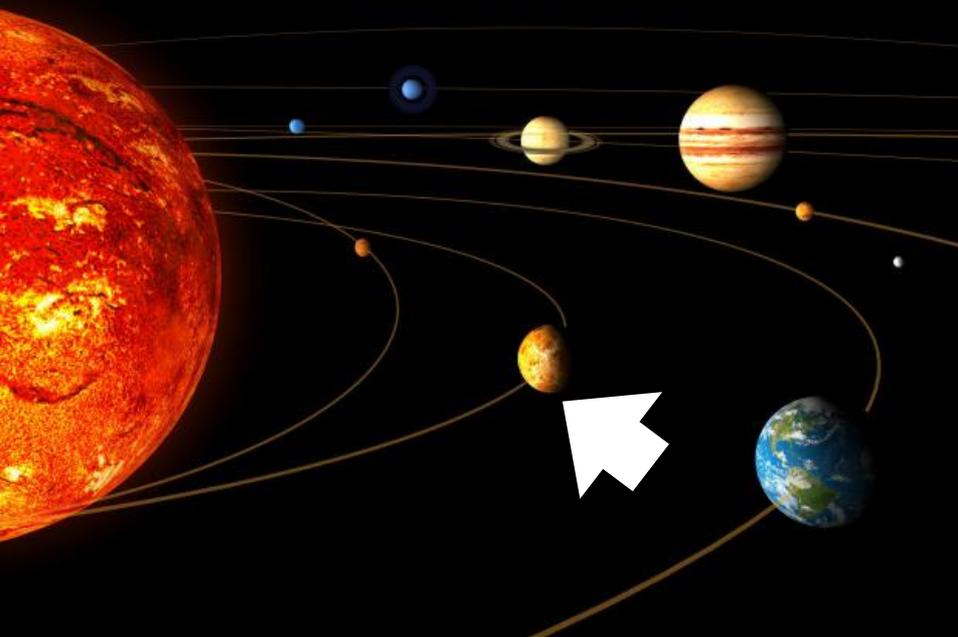


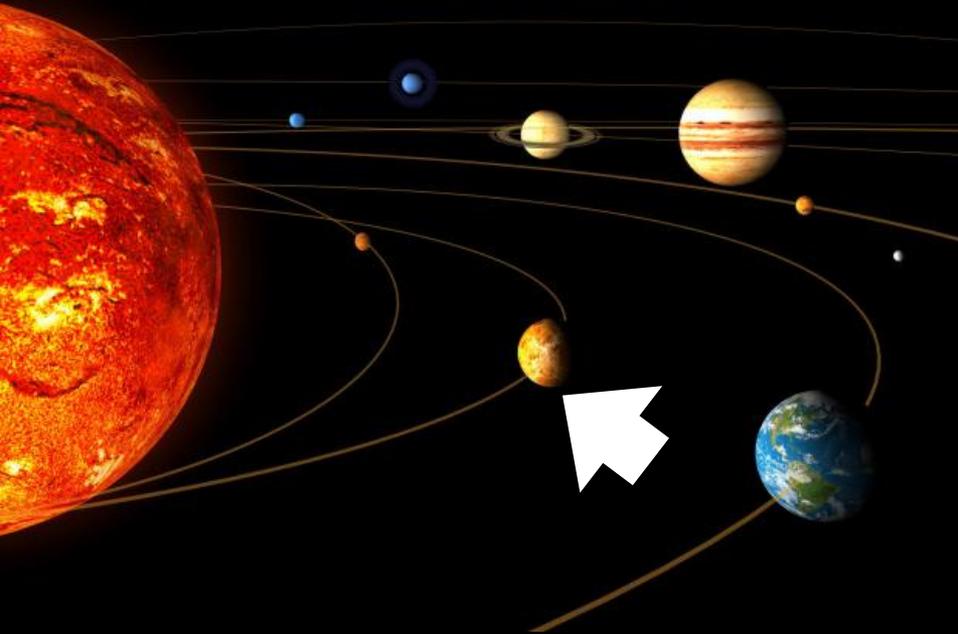
PEDRO PICAPIEDRA



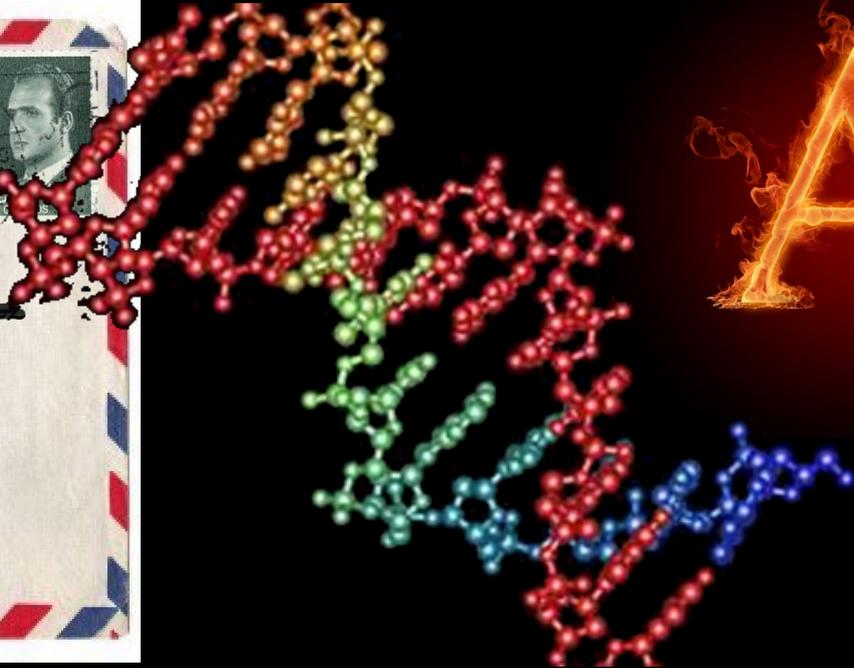


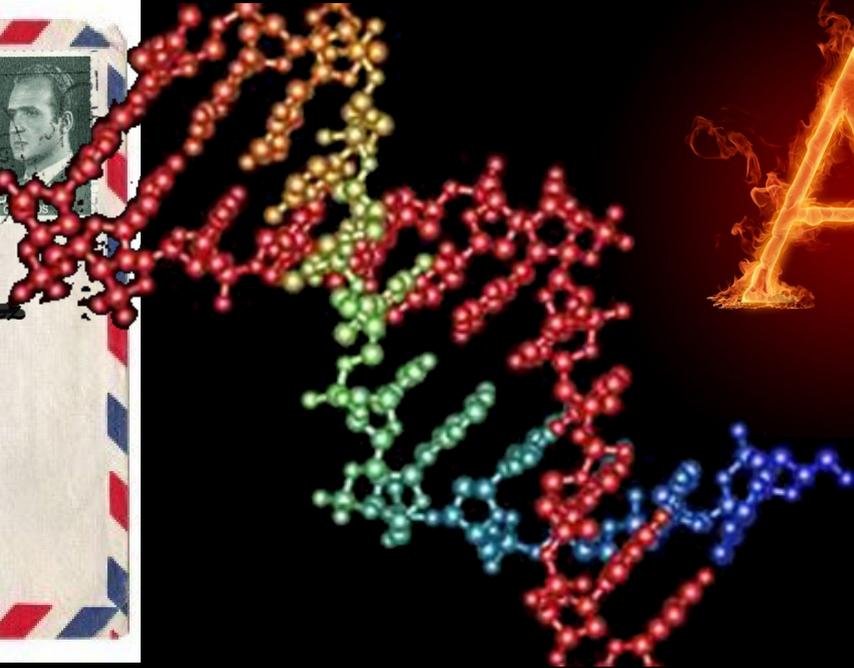
LA PANTERA ROSA





LA VENUS DE MILO



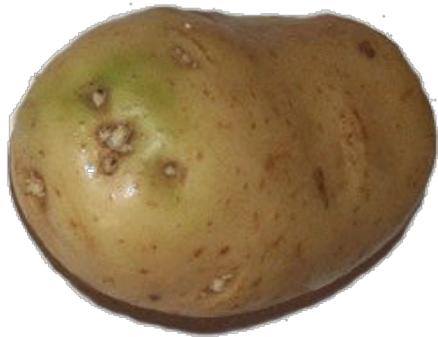


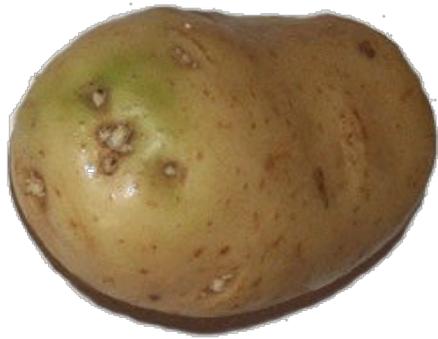
CARTAGENA





BARCELONA





PAPA FRANCISCO PRIMERO

INNOVACIÓN

¿Y ESO CON QUÉ SE COME?



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

“Una persona es **creativa** cuando descubre nuevas maneras de desarrollar una idea, resolver un problema o enfocar una situación.

La **innovación** se produce cuando, a través de un nuevo enfoque producido por la creatividad, conseguimos resultados originales, satisfactorios y aplicables”

FRANC PONTI

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE INNOVAR?

INNOVAR PERMITE
ADAPTARSE
A LOS **CAMBIOS**

LA INNOVACIÓN
GENERA
FLEXIBILIDAD

LA INNOVACIÓN
DIFERENCIA A LAS
EMPRESAS Y
LAS VUELVE
COMPETITIVAS

TIPOS DE INNOVACIÓN

NUEVOS **PRODUCTOS**

NUEVOS **SERVICIOS**

NUEVAS **EXPERIENCIAS**

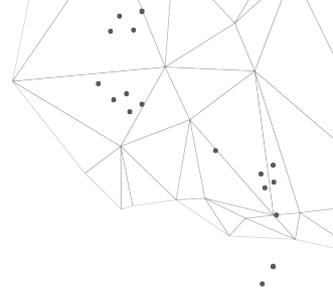
NUEVOS **MODELOS DE NEGOCIO**

NUEVOS **SEGMENTOS**

INNOVACIONES **LOGÍSTICAS**

NUEVAS **OCASIONES DE CONSUMO**

NUEVOS **PROCESOS INTERNOS**





JOBS TO BE DONE



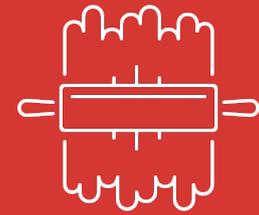
**¿QUÉ ES
UN JTBD?**



**¿CÓMO SE
CONSTRUYE?**



**¿CUÁL ES EL
PASO A
SEGUIR
-
LA
PROPUESTA
DE VALOR?**



**¡MANOS A
LA MASA!**

¿QUÉ ES UN

JOB TO 

BE DONE?

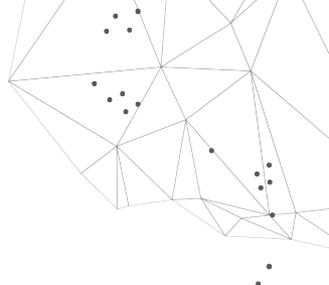
**PRIMERO HABLEMOS
EN ESPAÑOL**

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

TRABAJO

A REALIZAR

Clayton M. Christensen,
Scott Cook, and
Taddy Hall - 2007

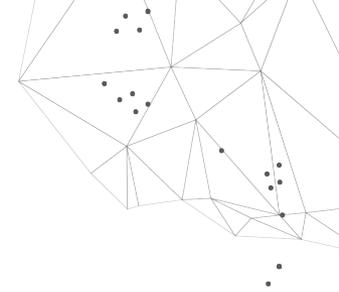


**LAS CIRCUNSTANCIAS SON
MAS IMPORTANTES QUE
LAS CARACTERÍSTICAS,
ATRIBUTOS DEL PRODUCTO,
NUEVAS TECNOLOGÍAS
O TENDENCIAS**



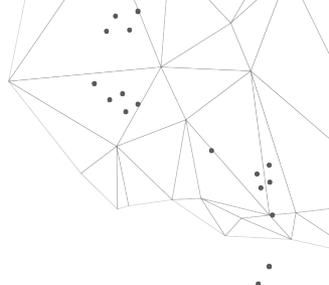


**“LA GENTE NO QUIERE UN
TALADRO CON BROCA DE
MEDIA PULGADA....QUIERE
HACER UN HUECO DE
MEDIA PULGADA”**



**LAS PERSONAS
ESCOGEN LAS MARCAS
NO POR LO QUE
HACEN...SI NO POR LO
QUE **REPRESENTAN** EN
SUS VIDAS**

Y ACA ENTRAN LOS TRABAJOS POR HACER

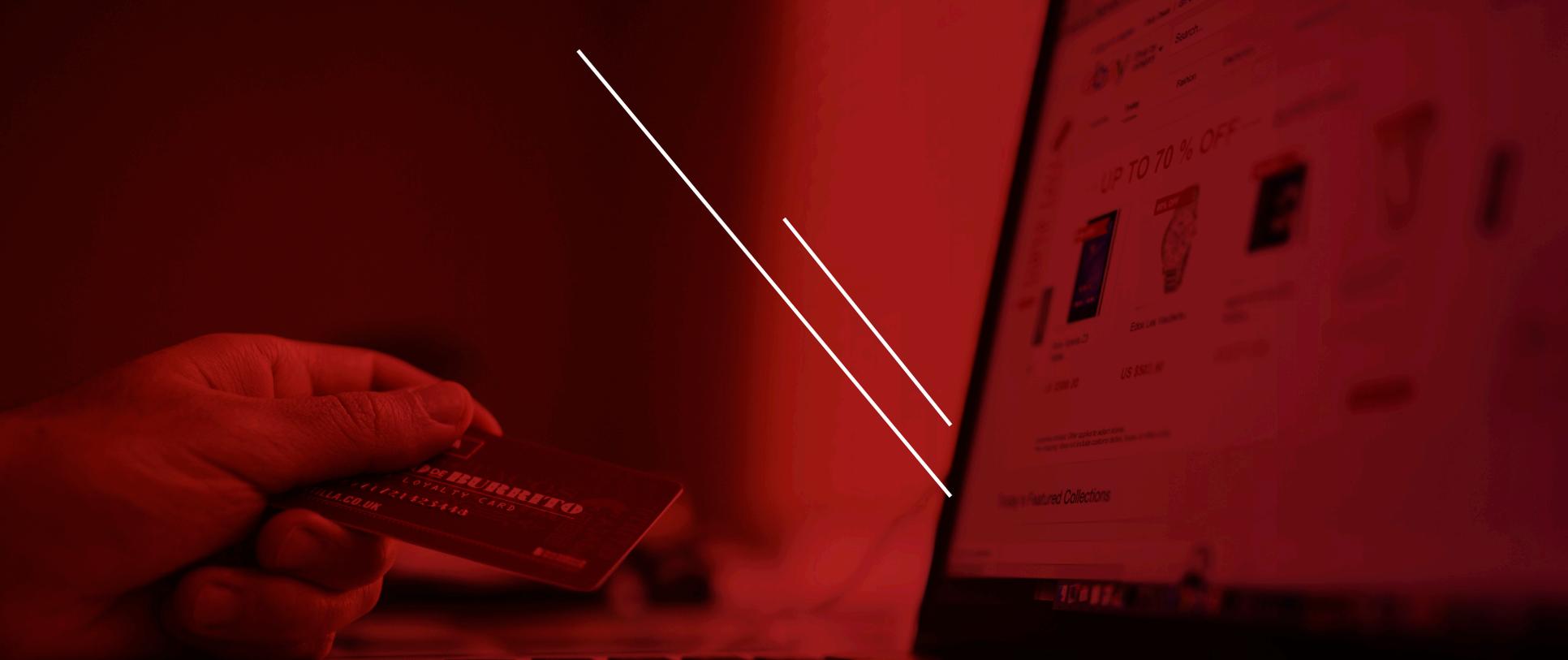


**CUANDO COMPRAMOS
UN PRODUCTO,
REALMENTE LO
“CONTRATAMOS” PARA
HACER UN TRABAJO**

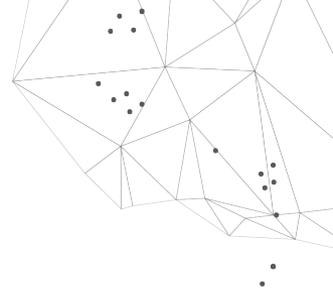
ALGUNAS DEFINICIONES...

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

ES EL PROCESO POR EL CUAL
UN CONSUMIDOR ATRAVIESA
CUANDO QUIERE TRANSFORMAR
SU SITUACION/VIDA ACTUAL EN
UNA QUE PREFIERE MEJOR, **PERO**
NO PUEDE PORQUE HAY
BARRERAS QUE SE LO IMPIDEN



**¿ES EL PROPOSITO SUPERIOR
DEL POR QUE LA GENTE
COMPRA PRODUCTOS!**



**¿EL PROGRESO QUE
EL CONSUMIDOR ESTA
TRATANDO HACER EN UNA
CIRCUNSTANCIA - LO QUE EL
CONSUMIDOR ESPERA
ALCANZAR!**

¿QUÉ

NO

ES?

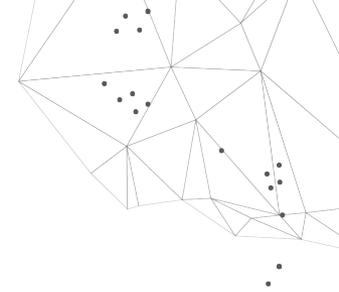
**LA
PROPUESTA
DE VALOR**

UN RETO

¿QUÉ TIPO DE TRABAJOS PODEMOS TENER?



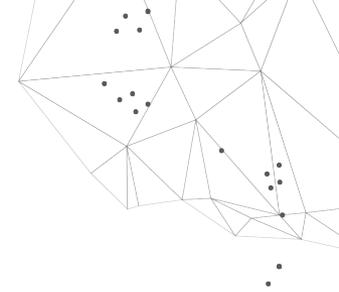
Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



PUEDE SER MUY SENCILLO

QUEMAR EL TIEMPO MIENTRAS ESPERO EN LA FILA



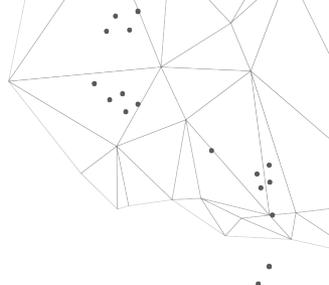


O MUY COMPLEJO...

ENCONTRAR UNA CARRERA QUE
ME LLENE MAS



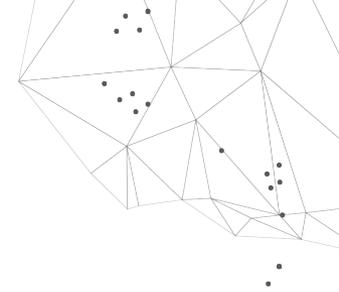
Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



PUEDE SER MUY PUNTUAL Y MOMENTANEO

**VESTIRSE PARA UNA CENA DE NEGOCIOS
CUANDO EL AVIÓN PERDIO LAS MALETAS**





O ALGO RUTINARIO

MANDAR A LA HIJA UNA
LONCHERA SALUDABLE
PARA QUE LLEVE AL
COLEGIO

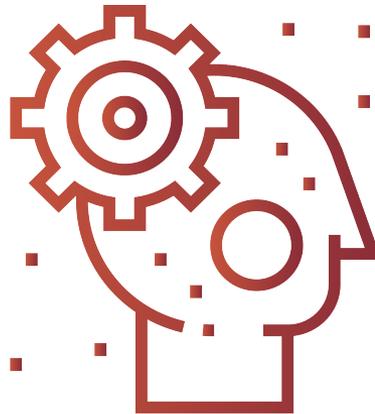




**ADEMÁS TIENEN
DIFERENTES
ASPECTOS
DETONANTES...**

FUNCIONALES

ELEMENTOS RACIONALES DE USO...¡TAREAS OPERATIVAS!



EMOCIONALES PERSONAL

ELEMENTOS DE AUTO **GRATIFICACIÓN O VALIDACIÓN**



EMOCIONALES SOCIALES

ELEMENTOS DE PROYECCIÓN ANTE LOS DEMÁS





VOLVAMOS AL TALADRO...

EL PUNTO FOCAL ES LA CIRCUNSTANCIA
Y SUS APROXIMACIONES

FUNCIONAL

ABRIR EL HUECO



PERSONAL

SENTIR QUE SOY CAPAZ

VER MI CASA LINDA
SER INDEPENDIENTE

SOCIAL

QUE ME VEAN COMO

UNA BERRACA
MOSTRAR QUE MI
CASA ES LA MEJOR

**PERO CADA TRABAJO
PUEDE TENER UN SUB
TRABAJO....**

**A ESO LE LLAMAMOS
TRABAJOS
RELACIONADOS**



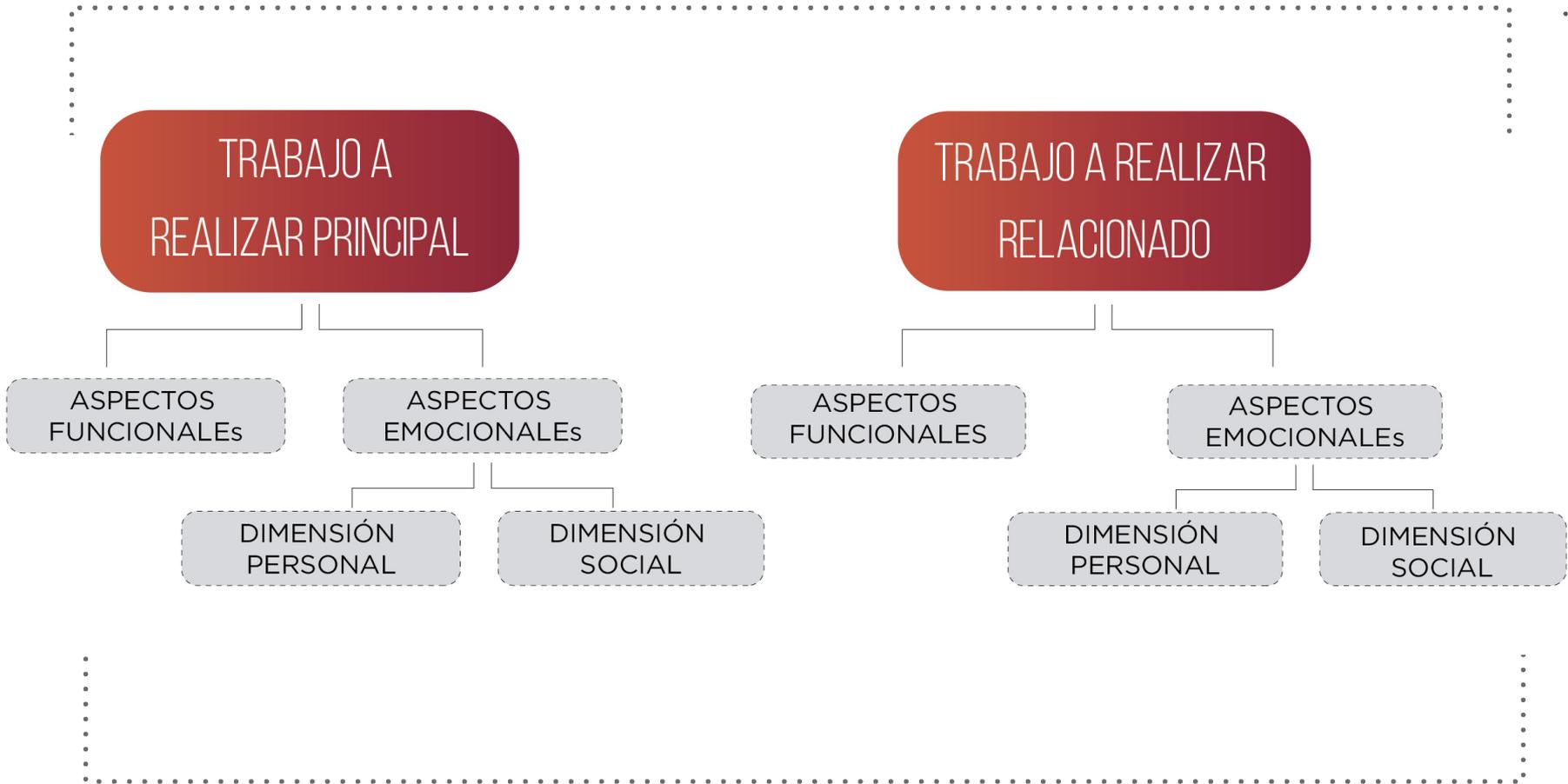
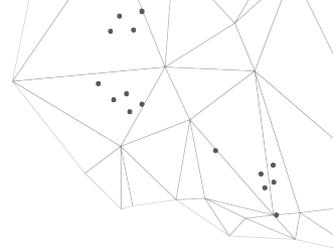
Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

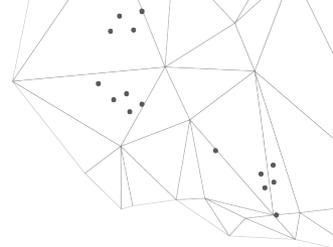


VOLVAMOS AL TALADRO...

HACER UN HUECO DE MEDIA PULGADA

- **DEJAR TODO EN ORDEN**
- **NO DAÑAR LA PARED**
- **NO CANSARME**



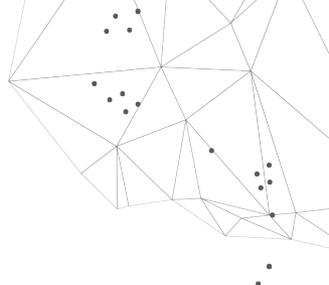


**¿Y QUÉ TIENEN QUE VER
LOS “TRABAJOS A
REALIZAR” Y LA
INNOVACIÓN?**

SER RELEVANTES

LA VERDADERA
INNOVACIÓN AYUDA A
LOS CONSUMIDORES A
SOLUCIONAR RETOS





SER DIFERENTES

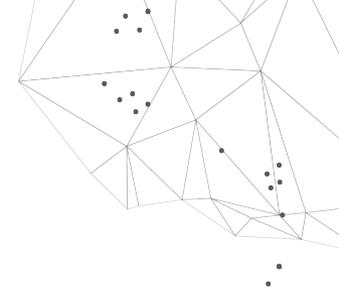
LA INNOVACIÓN
TRASCIENDE EL STATUS
QUO DE LA COMPETENCIA
O MERCADO



¿CÓMO SE **CONSTRUYE**?



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?

**BUSCO
ALGO
NUEVO**

CRECIMIENTO
DE TRABAJO
RELACIONADO

CRECIMIENTO DE
TRABAJO NUEVO

**PROFUNDIZO
EN ALGO QUE
YA ESTOY
TRATANDO DE
RESOLVER**

CRECIMIENTO
DE LA BASE

CRECIMIENTO
DISRUPTIVO

**MI CONSUMIDOR
ACTUAL**

**UN CONSUMIDOR
NUEVO**

PASO 1 – ¿DÓNDE BUSCAR?

EJERCICIO TEÓRICO...

**CUALQUIER PARECIDO CON LA
REALIDAD ES PURA COINCIDENCIA**

PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?



PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?

**BUSCO
ALGO
NUEVO**



**PROFUNDIZO
EN ALGO QUE
YA ESTOY
TRATANDO DE
RESOLVER**



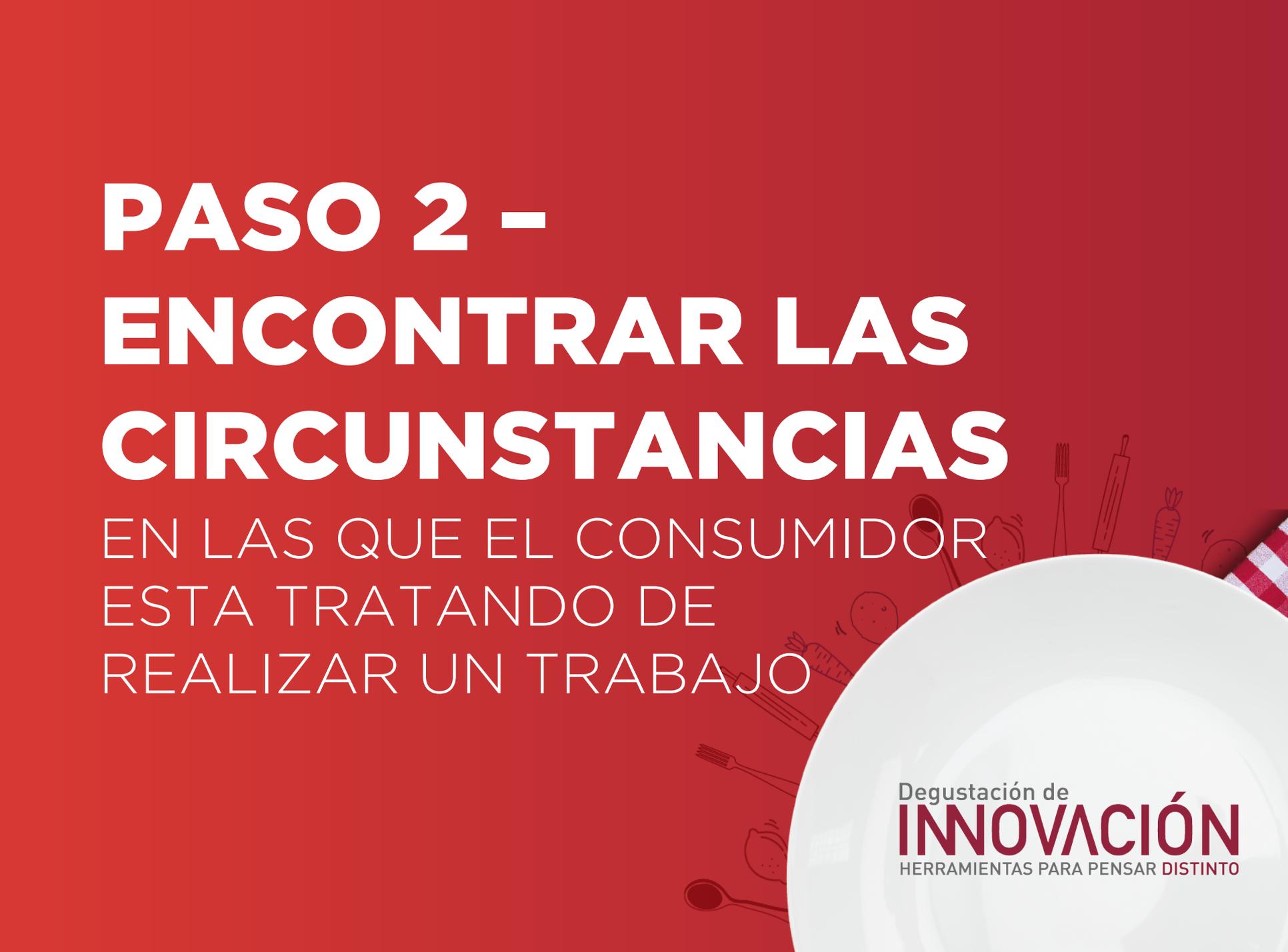
**MI CONSUMIDOR
ACTUAL**

**UN CONSUMIDOR
NUEVO**

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS

EN LAS QUE EL CONSUMIDOR
ESTA TRATANDO DE
REALIZAR UN TRABAJO



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS

OBSERVACIÓN

TENDENCIAS

CONOCIMIENTO

PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS

PROFUNDIZO EN ALGO QUE YA ESTOY TRATANDO DE RESOLVER EN MI CONSUMIDOR ACTUAL



EL CONSUMIDOR

PERSONAS QUE SE CUIDAN

¿QUE QUIEREN?

ALIMENTARSE BALANCEADAMENTE

LA CIRCUNSTANCIA

ENTRE COMIDAS EN EL DESAYUNO
POR LA NOCHE HACER SU LONCHERA

PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS



¿EL CONSUMIDOR?
¿QUE QUIEREN?
¿LA CIRCUNSTANCIA?

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

FUNCIONAL

¿PARA QUÉ MAS ESTAN USANDO MI PRODUCTO?

¿APORTA OTRAS COSAS DIFERENTES A LAS PENSADAS?

¿ESTÁN MECLANDO PRODUCTOS PARA LOGRAR OTRO RESULTADO?

PERSONAL

¿CÓMO QUIEREN SENTIRSE CON ELLOS MISMO?

¿QUÉ RETO PERSONAL QUIEREN CUMPLIR?

SOCIAL

¿CÓMO QUIEREN VERSE ANTE LOS DEMÁS?

¿QUÉ REGLAS DE LA SOCIEDAD QUIEREN CUMPLIR?

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

ESCALERA DE ABSTRACCIÓN



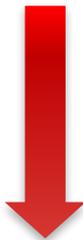
PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ PROFUNDIZAR EN EL TRABAJO A REALIZAR

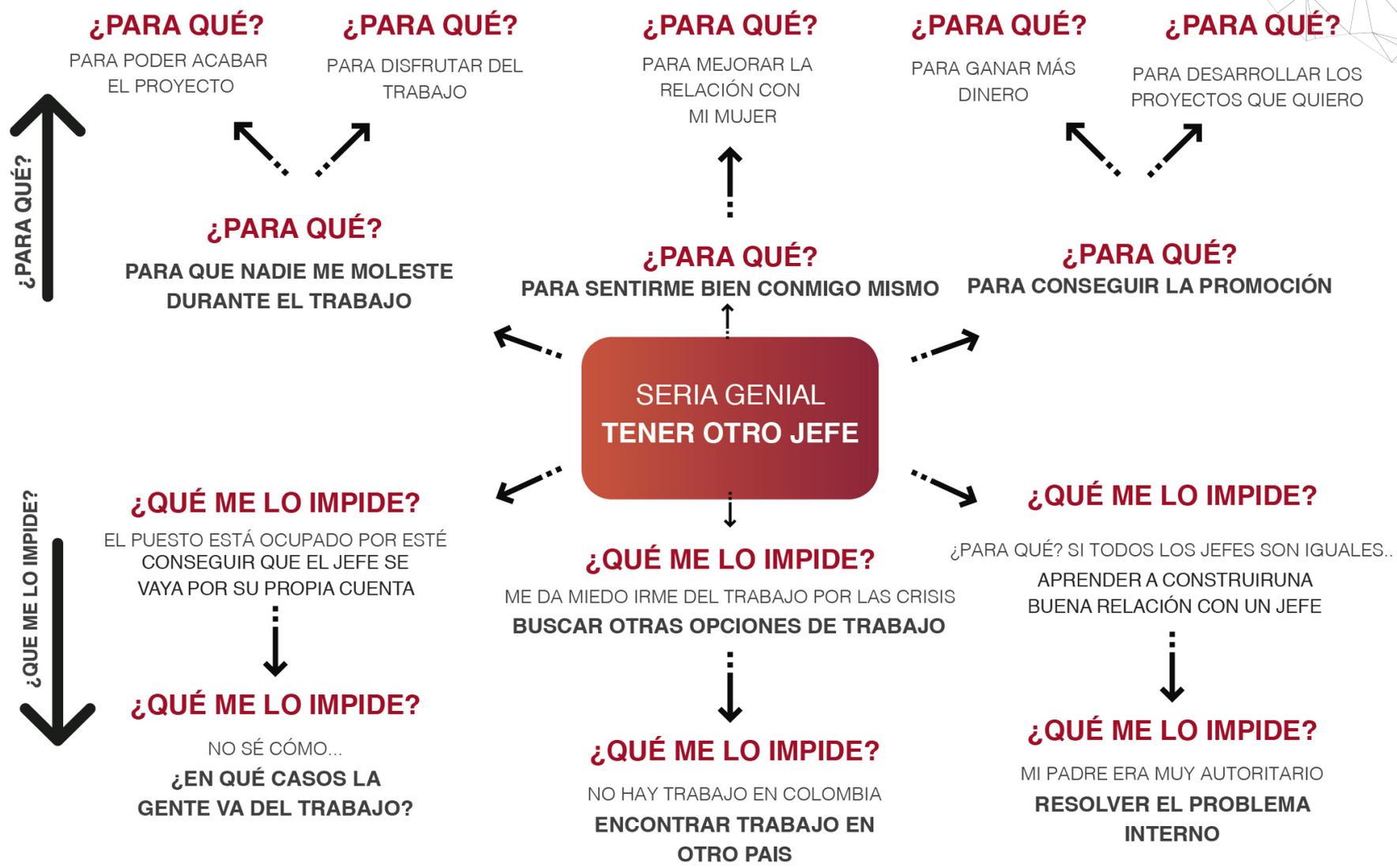
¿Para
qué?



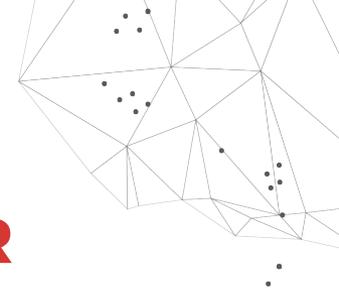
JTBD

¿Qué lo
impide?





PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ
PROFUNDIZAR EN EL TRABAJO A REALIZAR



¿Para
qué?



FUNCIONAL
PERSONAL
SOCIAL

JTBD

¿Qué lo
impide?



FUNCIONAL
PERSONAL
SOCIAL

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

¿Para qué?



¿Qué lo impide?



DAR TODO MI POTENCIAL

NO ESTAR DE MAL GENIO

NO PECAR EN EL ALMUERZO

CUMPLIR MI META DE BAJAR PESO PARA VERMÉ MEJOR

DARLE ENERGÍA A MI CUERPO

CALMAR EL HAMBRE

SENTIR QUE ME CUIDO

PICAR ENTRE COMIDAS

ME VAN A VER CON ACTITUD DE OBESO

LO SALUDABLE ES DIFÍCIL DE CARGAR

SOLO ENCUENTRO COMIDA CHATARRA

LAS PORCIONES SON DIFÍCILES DE MANEJAR

COMO ES ORGANICO SE DAÑA

LO SALUDABLE ES MÁS CARO



PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ



FUNCIONAL

- DARLE ENERGÍA A MI CUERPO
- CALMAR EL HAMBRE

PERSONAL

- NO ESTAR DE MAL GENIO
- CUMPLIR MI META DE BAJAR PESO

SOCIAL

- MOSTRAR TODO MI POTENCIAL
- PARA VERME MEJOR

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

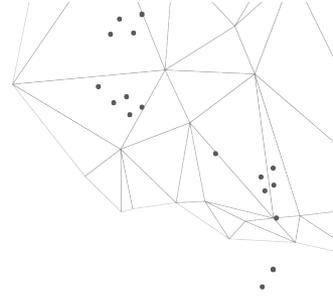
MOMENTO DE ORGANIZAR LA INFORMACIÓN...



VERBO	OBJETO	CIRCUNSTANCIA	ASPECTOS FUNCIONAL	ASPECTOS PERSONAL	ASPECTOS SOCIAL
MANEJAR	MI ALIMENTACIÓN	CUANDO PICO ENTRE COMIDAS	<ul style="list-style-type: none"> • DARLE ENERGÍA A MI CUERPO • CALMAR EL HAMBRE 	<ul style="list-style-type: none"> • NO ESTAR DE MAL GENIO • CUMPLIR MI META DE BAJAR PESO 	<ul style="list-style-type: none"> • MOSTRAR TODO MI POTENCIAL PARA VERME MEJOR
MANEJAR	MI ALIMENTACIÓN	EN MI CASA EN LA NOCHE			

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

¿CÓMO SABER QUE ES MÁS IMPORTANTE?



FUNCIONAL

- CALMAR EL HAMBRE
- +
- DARLE ENERGÍA A MI CUERPO
-

PERSONAL

- CUMPLIR MI META DE BAJAR PESO
- +
- NO ESTAR DE MAL GENIO
-

SOCIAL

- PARA VERME MEJOR
- +
- MOSTRAR TODO MI POTENCIAL
-

PASO 4 - EL JTBD FINAL



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 4 - EL JTBD FINAL

VERBO

+

OBJETO DE ACCIÓN

+

CONTEXTO

PASO 4 - EL JTBD FINAL



CUANDO

PICO ENTRE COMIDAS

QUIERO

MANEJAR MI
ALIMENTACIÓN

PARA PODER

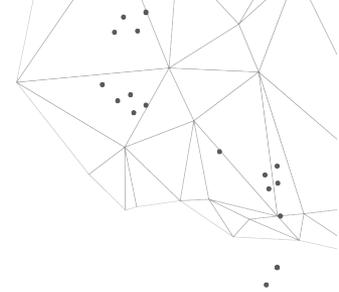
CALMAR EL HAMBRE Y
VERME MEJOR

PASO 5 – FILTRO

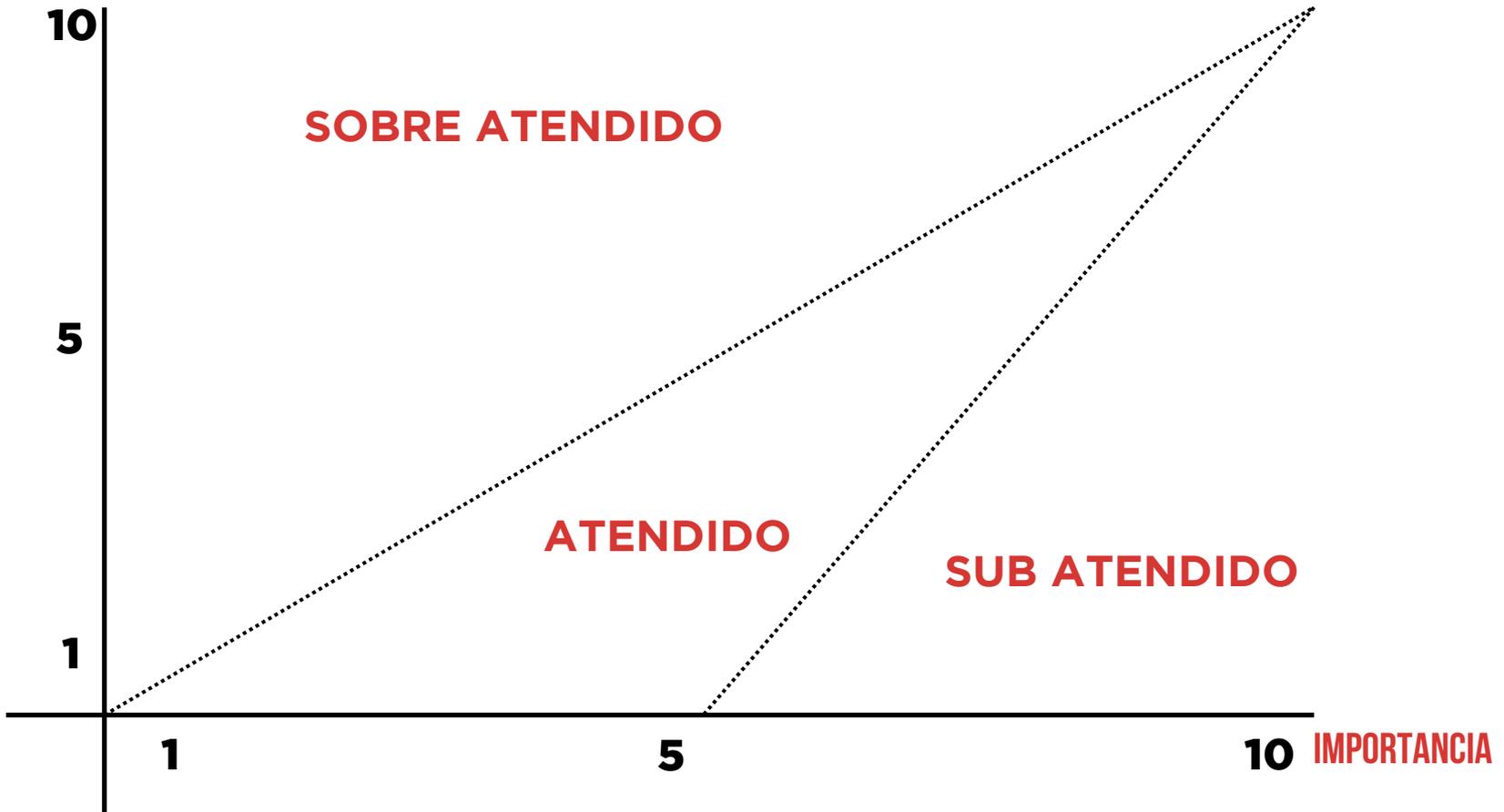


Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

PASO 5 - FILTRO



SATISFACCION

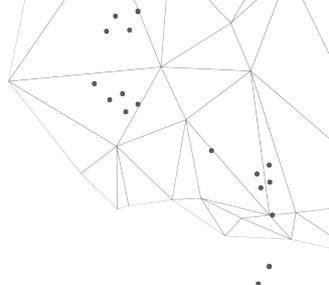




QUE SIGUE EN EL PROCESO

**EL TRABAJO
A REALIZAR
DEBE SER EL
DETONANTE
PARA UNA**

**PROPUESTA
DE VALOR....**



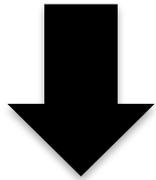
LA PROPUESTA DE VALOR ES UNA DECLARACIÓN QUE:

- **Explica como tu producto o servicio resuelve los problemas del cliente, o mejora su situación (relevancia)**
- **Especifica claramente un beneficio (valor)**
- **Cuenta al cliente ideal porqué debe elegirte a tí y no a la competencia (diferenciación)**

**CONSTRUYE SOBRE
TODO LO DESEADO
Y ELIMINA LAS
BARRERA
ENCONTRADAS.....**

LOS PASOS A SEGUIR ENTONCES SERÍAN

**TRABAJO
A
REALIZAR**



**DISEÑO
LA
SOLUCIÓN**

**VALIDO
LA
SOLUCIÓN**

**ESCALO
LA
SOLUCIÓN**



1

2

3

4

LA PROPUESTA DE VALOR

=

TRABAJO A REALIZAR (GANANCIA)

+

¡QUÉ ME LO IMPIDE! (DOLORES)

The background of the entire image is a close-up photograph of two hands, one from the left and one from the right, cupped together and holding a large amount of bright red powder. The powder is piled high in the center of the hands. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, emphasizing the texture of the powder and the skin of the hands. The overall color palette is dominated by various shades of red, from deep maroon to bright, almost white-red highlights.

**MANOS A
LA MASA**

¡¡¡AHORA USTEDES!!!

PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?

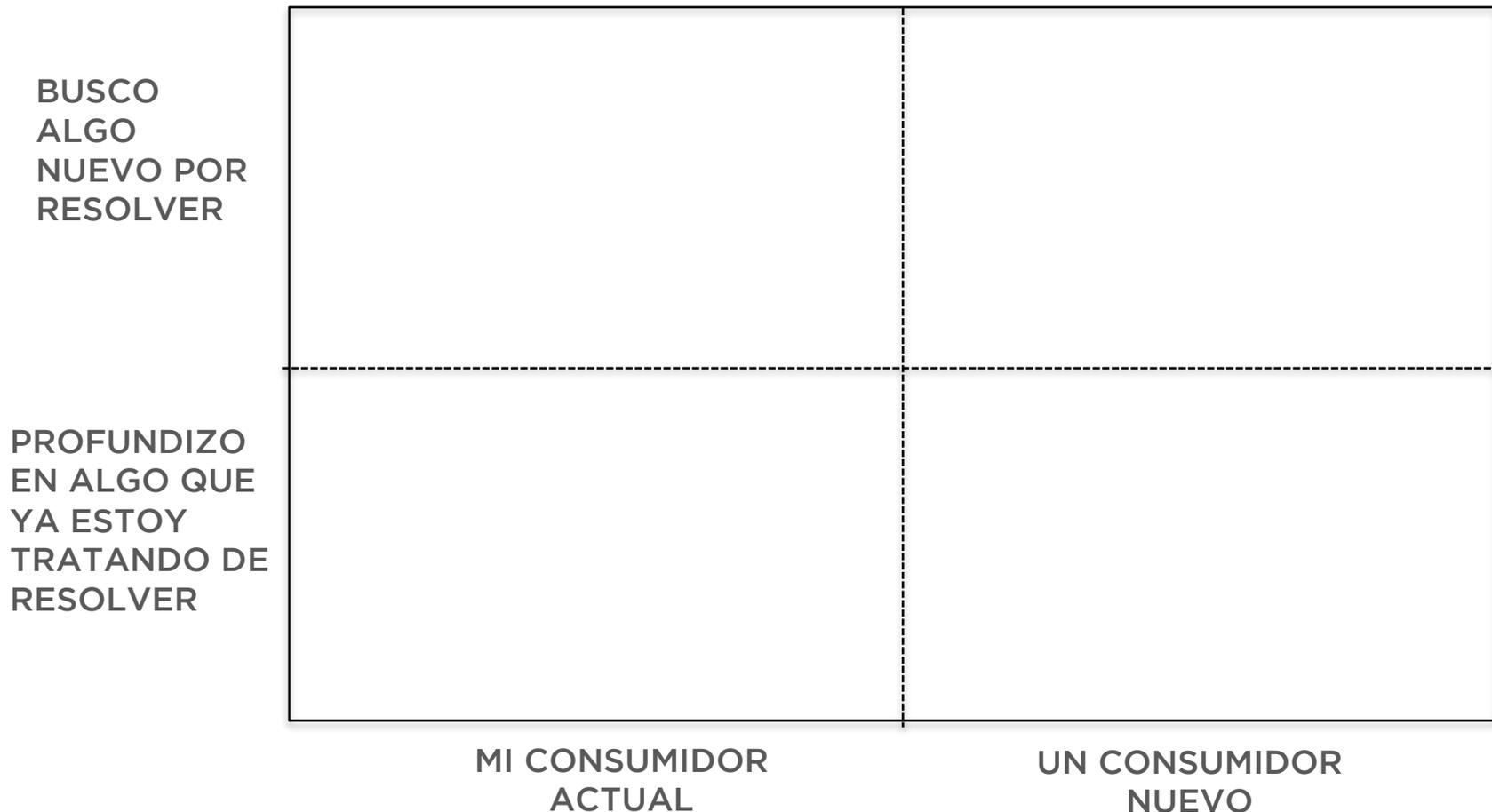
1.1. En que lugar de la curva puedo ubicar mi producto?
 Todavía sigo creciendo o tengo oportunidades de crecer o ya llegué a un punto en el que crecer es cada vez más difícil?



PASO 1 - ¿DÓNDE BUSCAR?

1.2. Traducir el Tipo de “Trabajo Realizar”

Ubique su producto en uno de los cuadrantes según su etapa de vida en el mercado:

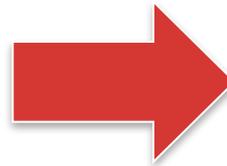


PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS

OBSERVACIÓN

TENDENCIAS

CONOCIMIENTO



EL CONSUMIDOR

¿QUE QUIEREN?

LA CIRCUNSTANCIA

PASO 2 - ENCONTRAR LAS CIRCUNSTANCIAS EN LAS QUE EL CONSUMIDOR ESTA TRATANDO DE REALIZAR UN TRABAJO

EL CONSUMIDOR

Imagen

Descripción

CIRCUNSTANCIAS

¿QUÉ QUIERE?

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.1. Profundiza el trabajo a realizar

¿Para
qué?



TRABAJO A REALIZAR

¿Qué lo
impide?



PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.2. Organiza la información...

VERBO	OBJETO	CIRCUNSTANCIA	ASPECTOS FUNCIONAL	ASPECTOS PERSONAL	ASPECTOS SOCIAL

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.3. Indague en su consumidor para entender el impacto de cada aspecto y ubíquelo

FUNCIONAL

+ importante

- importante

PERSONAL

+ importante

- importante

SOCIAL

+ importante

- importante

PASO 4 - LA “TAREA A REALIZAR” FINAL

4.1. Defina la “Tarea a Realizar” con la siguiente fórmula

CUANDO

CIRCUNSTANCIA

QUIERO

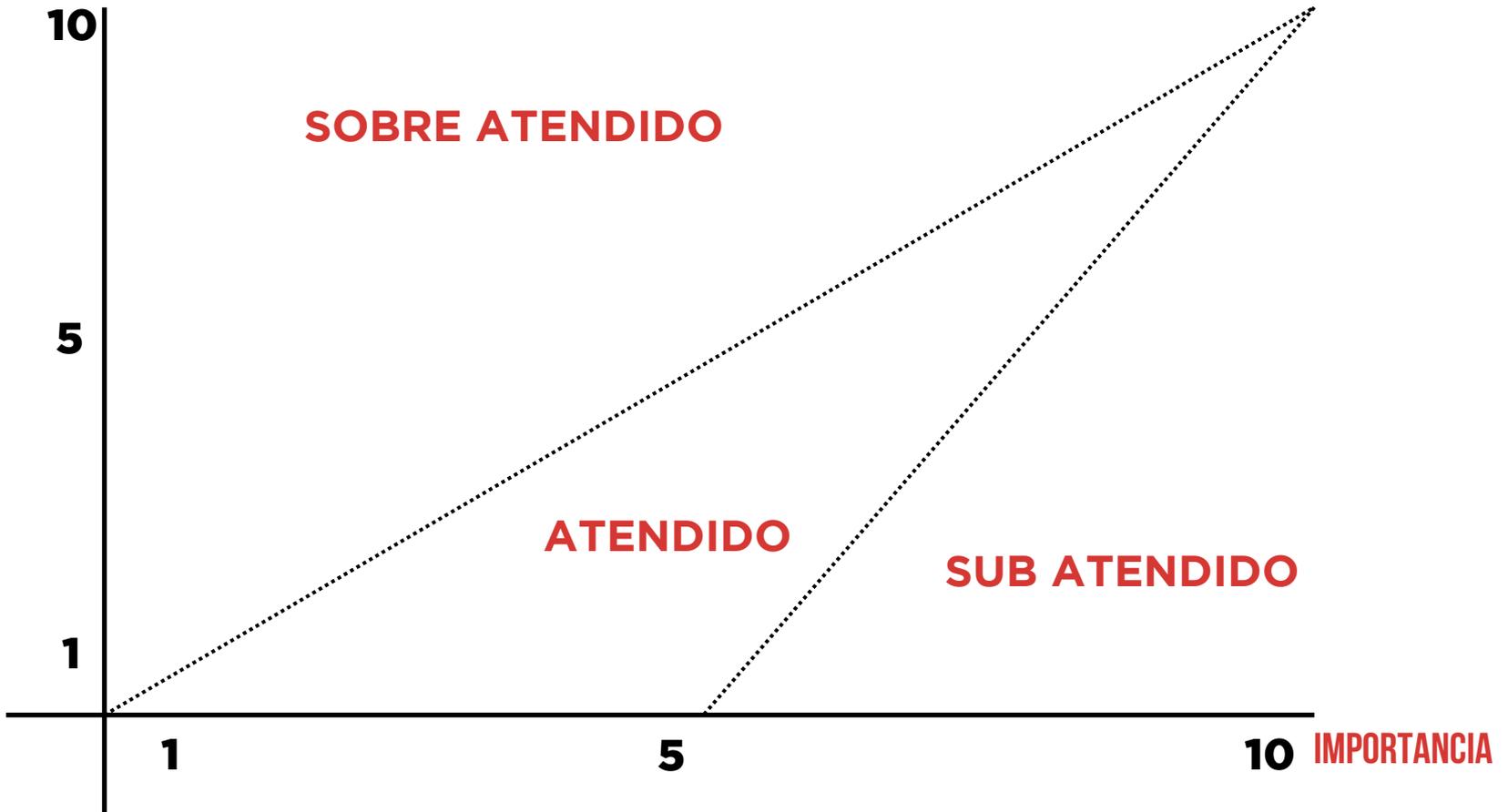
VERBO +
OBJETO

PARA PODER

ASPECTOS RELEVANTES

PASO 5 - FILTRO

SATISFACCION



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

JOBS TO BE DONE

MAURICIO **HERNANDEZ**

- CONSULTOR DE INNOVACIÓN Y MERCADEO -

#DEGUSTACIONINNOVACION



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**

Celebramos
140
años

PRÓXIMAS DEGUSTACIONES

NO DEJES QUE TE LO CUENTEN,
¡PARTICIPA!

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

AGENDA DEGUSTACIONES

NO	FECHA	TEMA
3	JUEVES 26 ABRIL 2018	INNOVACIÓN DISRUPTIVA: DIFERÉNCIATE SIGNIFICATIVAMENTE EN EL MERCADO
4	VIERNES 18 MAYO 2018	EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO
5	VIERNES 10 AGOSTO 2018	LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL PARA SER UNA EMPRESA INNOVADORA
6	VIERNES 10 AGOSTO 2018	LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL PARA SER UNA EMPRESA INNOVADORA
7	MIÉRCOLES 20 SEPTIEMBRE 2018	INNOVAR: ESTRATEGIA OBLIGATORIA PARA SOBREVIVIR EN EL MERCADO
8	VIERNES 26 OCTUBRE 2018	DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA INNOVAR EN SU EMPRESA (ACTIVOS OCULTOS)
9	JUEVES 22 NOVIEMBRE 2018	CÓMO INCREMENTAR SUS VENTAS CON HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN

PROGRAMACIÓN SUJETA A CAMBIOS

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO