

| FECHA | TEMA | CONFERENCISTA | SEDE |
|--|---|---------------------------|----------------|
|  11 DIC 2017 | TENDENCIAS INNOVADORAS | PAULA RIVEROS | SALITRE |
|  16 FEB 2018 | METODOLOGÍA PARA INNOVAR CON ÉXITO : JOBS TO BE DONE | MAURICIO HERNÁNDEZ | SALITRE |
|  26 ABR 2018 | INNOVACIÓN DISRUPTIVA: DIFERENCIATE SIGNIFICATIVAMENTE EN EL MERCADO | SHOLMO ABAS | SALITRE |
|  18 MAYO 2018 | EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO | JUAN ESPINOSA | SALITRE |
|  10 AGOS 2018 | LA ESTRATEGIA DEL OCEÁNO AZUL PARA SER UNA EMPRESA INNOVADORA | MAURICIO VILLEGAS | CHAPINERO |
|  20 SEP 2018 | INNOVAR: ESTRATEGIA OBLIGATORIA PARA SOBREVIVIR EN EL MERCADO | LUIS FERNANDO SAMPER | CHAPINERO |
|  26 OCT 2018 | DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA INNOVAR EN SU EMPRESA (ACTIVOS OCULTOS) | MARÍA CRISTINA CORDOVA | CHAPINERO |
|  22 NOV 2018 | CÓMO INCREMENTAR SUS VENTAS CON HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN | GUILLERMO SOLANO | CHAPINERO |

PROGRAMACIÓN SUJETA A CAMBIOS

MAURICIO **HERNANDEZ**

-CONSULTOR DE INNOVACIÓN Y MERCADEO -

CONTENIDO



¿QUÉ ES **UN JTBD?**



¿CÓMO SE
CONSTRUYE?



¿CUÁL ES EL
PASO A SEGUIR?

¿QUÉ ES UN JOB TO BE DONE?

PRIMERO HABLEMOS EN ESPAÑOL

Según el profesor de Harvard Clayton M. Christensen en un artículo publicado en el 2.007, un “trabajo a realizar” es el proceso por el cual un consumidor atraviesa cuando quiere transformar su situación/vida actual en una que prefiere mejor, pero no puede porque hay barreras que se lo impiden.

Para el Profesor Christensen, las **circunstancias** son mas importantes que las características, atributos del producto, nuevas tecnologías o tendencias y es allí donde nos debemos enfocar para poder entender lo que realmente necesitan los consumidores o clientes.

Al final, cuando compramos un producto, realmente lo “**contratamos**” para hacer un trabajo.



¿QUÉ TIPO DE TRABAJOS PODEMOS TENER?

Pueden haber diferentes tipos de trabajos a realizar. Pueden ser muy simples como “Quemar el tiempo mientras espero en la fila” o pueden ser tan complejos como “Encontrar una carrera que me llene más”. Adicionalmente los trabajos a realizar pueden ser puntuales y momentaneos como “vestirse para una cena de negocios cuando el avión perdio las maletas” o pueden ser rutinarios y repetitivos como “mandar a la hija una lonchera saludable para que lleve al colegio”.



ASPECTOS DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

Al estar enfocados los “trabajos a realizar” en personas y circunstancias, hay diferentes aspectos **(3)** que deben ser tenidos en cuenta.

El primer aspecto es el aspecto **Funcional**.

Por funcional se entiende todo resultado esperado de manera racional y netamente operativo. Transportar, limpiar, ahorrar, etc pueden ser elementos que determinan la funcionalidad del trabajo a realizar.

Los otros dos aspectos responden a elementos emocionales que pueden ser personales o sociales.

Personales cuando intenta encontrar elementos de auto gratificación o validación. Sentirse bien, capaz o simplemente feliz son aspectos emocionales personales.

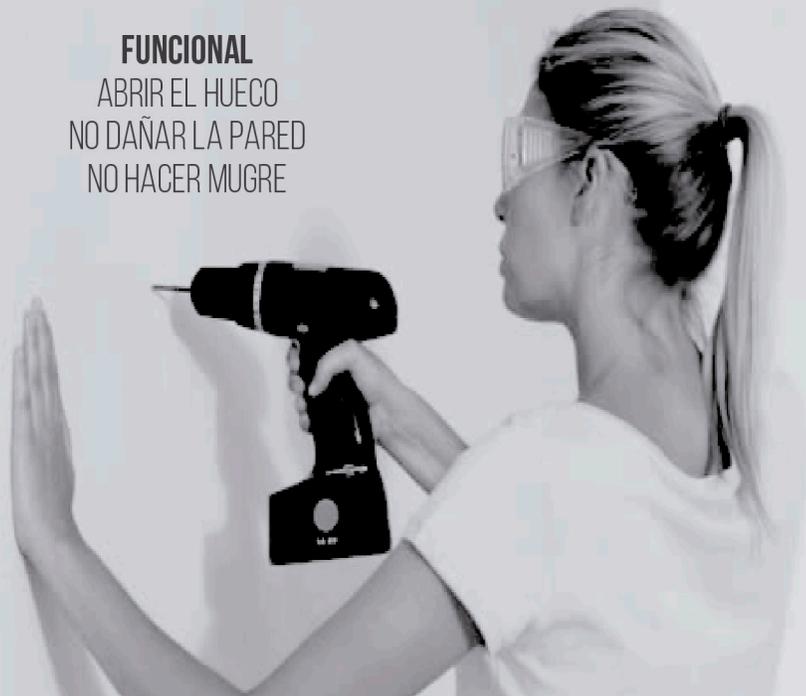
Sociales, cuando lo que busca el consumidor o cliente es proyectarse de alguna manera frente a la sociedad. Ser exitoso, competitivo o buen ciudadano, son ejemplo de elementos de proyección ante la sociedad.

VEAMOS UN EJEMPLO

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

FUNCIONAL

ABRIR EL HUECO
NO DAÑAR LA PARED
NO HACER MUGRE



PERSONAL

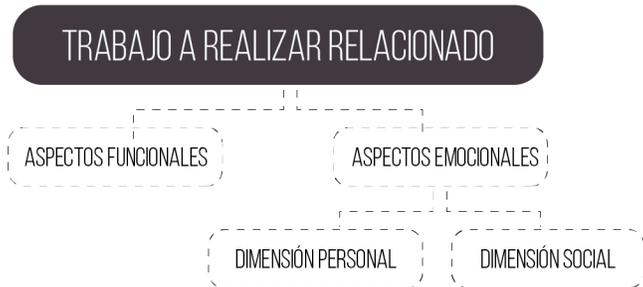
SENTIR QUE SOY CAPAZ
VER MI CASA LINDA
SER INDEPENDIENTE

SOCIAL

QUE ME VEAN COMO
UNA BERRACA
MOSTRAR QUE MI
CASA ES LA MEJOR

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

Realizar un trabajo puede tener tareas relacionadas que de alguna manera ayuden o complementen el trabajo original. Volvamos al ejemplo del taladro. Hacer el hueco de media pulgada es el trabajo original, pero transportar la herramienta o limpiar lo que queda después son tareas adicionales a las cuales se les denomina "trabajo relacionado". Teniendo en cuenta los aspectos también anteriormente mencionados, estas serían todas posibilidades entonces:



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

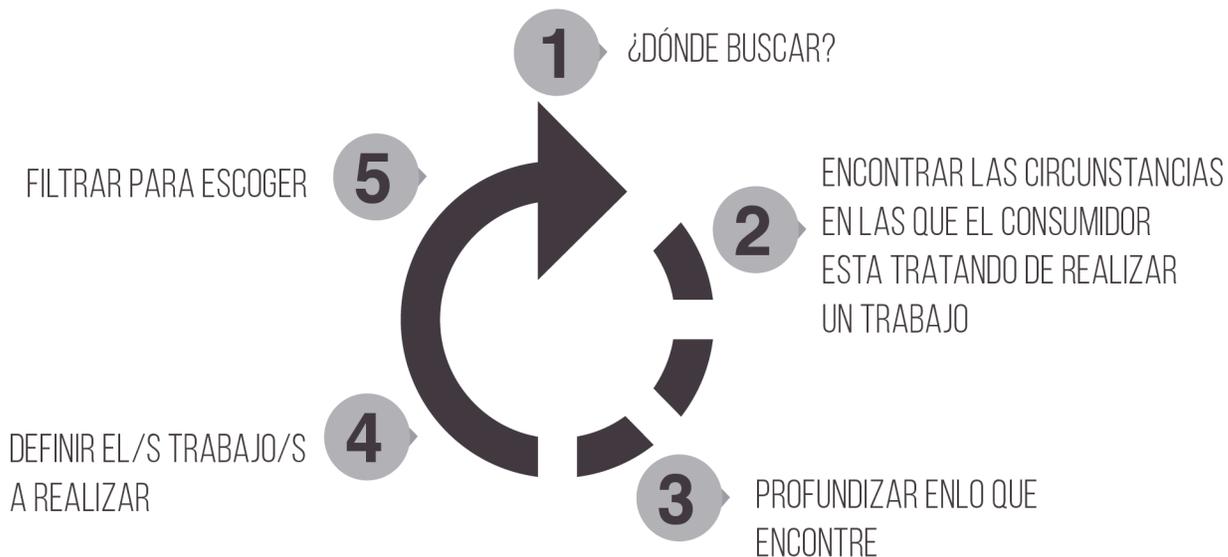
Teniendo en cuenta que la innovación se hace efectiva realmente cuando genera valor, tener claro el “trabajo a realizar” garantiza uno de los elementos principales para la generación de valor como lo es la **RELEVANCIA**. Ser relevantes o realmente importantes para el consumidor o el cliente es la base para ofrece realmente algo necesario.

Adicionalmente a ser relevante, el ser **DIFERENTE** es clave para capturar ese valor en el mercado. Al tener un conocimiento profundo en los elementos o aspectos de la circunstancia del consumidor o usuario, las posibilidades de ofrecer un producto único siempre serán mayores.



¿CÓMO SE CONSTRUYE?

A TRAVÉS DE **5 PASOS** SE LOGRA LLEGAR A UNA "TAREA A REALIZAR"



PASO 1 — ¿DÓNDE BUSCAR?

Salir a buscar **“Tareas a realizar”** se debe tener un foco para no entrar en un océano de opciones en donde es muy fácil perderse.

Una de las maneras es partir de conocer el momento por el que mi producto está pasando. Estoy en un momento nuevo en el que todavía tengo mucho por hacer? O realmente ya llevo mucho tiempo en el mercado haciendo lo mismo? Esto es, tengo una marca nueva o tengo una marca madura.

Si la marca es nueva, seguir profundizando en lo que ya estoy haciendo en mi consumidor actual es lo más coherente.

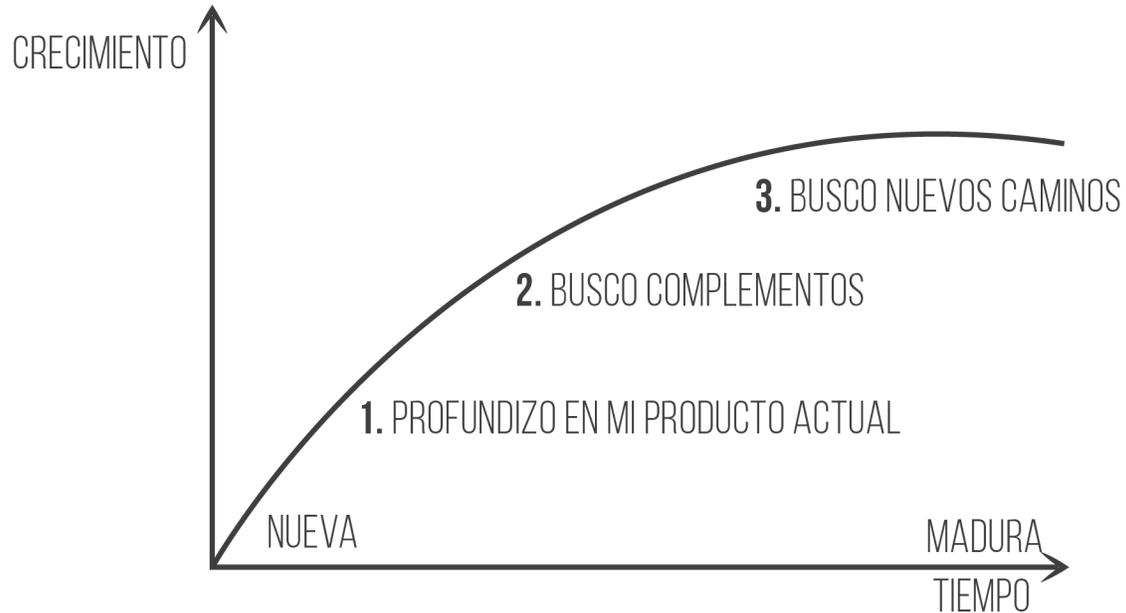
Si por el contrario ya llegué a una etapa de madurez de mi producto, lo más eficiente será ir a buscar cosas nuevas, bien sea en mi consumidor actual o en uno completamente nuevo.



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?

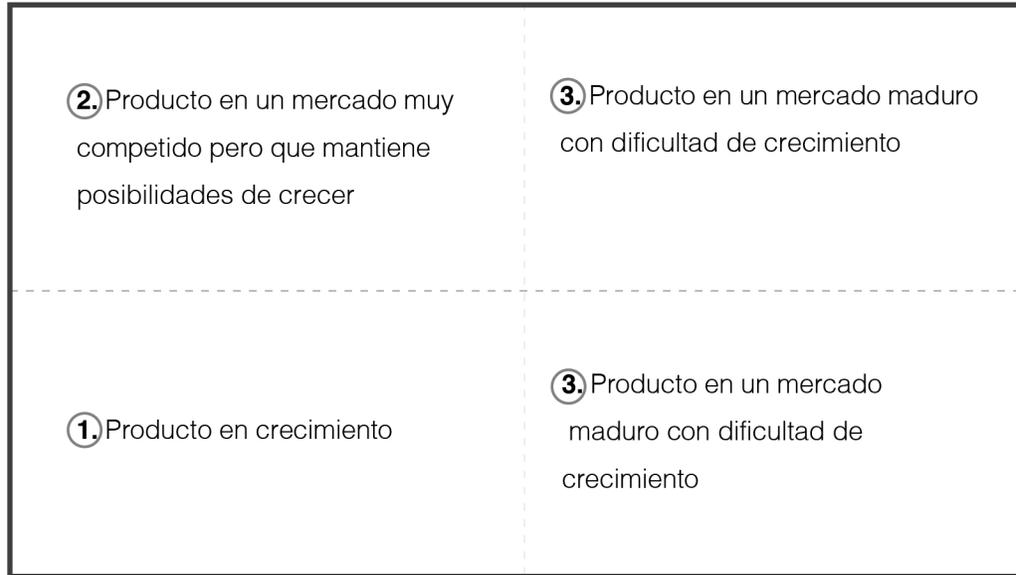


PASO 1 — ¿DÓNDE BUSCAR?

Según mi posición de madurez en la gráfica anterior podemos ubicar nuestro producto así:

**BUSCO ALGO
NUEVO POR
RESOLVER**

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



MI CONSUMIDOR ACTUAL

UN CONSUMIDOR NUEVO

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:

**BUSCO ALGO
NUEVO POR
RESOLVER**

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



MI CONSUMIDOR ACTUAL

UN CONSUMIDOR NUEVO

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

Conocer muy bien el consumidor sobre el cual me quiero enfocar es clave. Para esto, herramientas de observación, estar atento a tendencias o simplemente recurrir a mi conocimiento de toda la vida es el camino.

Entender quién es la persona a la que quiero ayudar a **“Realizar una tarea”** es un trabajo de dedicación. Para esto es importante entender cómo es su vida y sus diferentes momentos durante el día en donde está realizando tareas relacionadas con nuestro producto.

**¿QUIÉN ES LA PERSONA? ¿QUÉ CIRCUNSTANCIAS LA RODEAN?
¿QUÉ QUIERE EN CADA CIRCUNSTANCIA?**



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

1.PERSONA

| | |
|----------------|--------------|
| Imagen | Descripción |
| Circunstancias | ¿Qué quiere? |

PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

Cómo se habló anteriormente, hay aspectos que acompañan las circunstancias. Elementos funcionales y emocionales (personales y sociales) deberán ser decodificados de nuestro ejercicio de observación.

3.1. PROFUNDIZAR EN EL TRABAJO A REALIZAR

Para esto podemos utilizar una herramienta llamada “escalera de abstracción” que busca profundizar en la situación encontrada.

Preguntarse ¿Para qué quiero realizar la tarea? ¿Qué me impide realizarla? Ayudará a descubrir esos elementos.

ESCALERA DE ABSTRACCIÓN

¿PARA
QUÉ?



FUNCIONAL
PERSONAL
SOCIAL

¿QUÉ LO
IMPIDE?

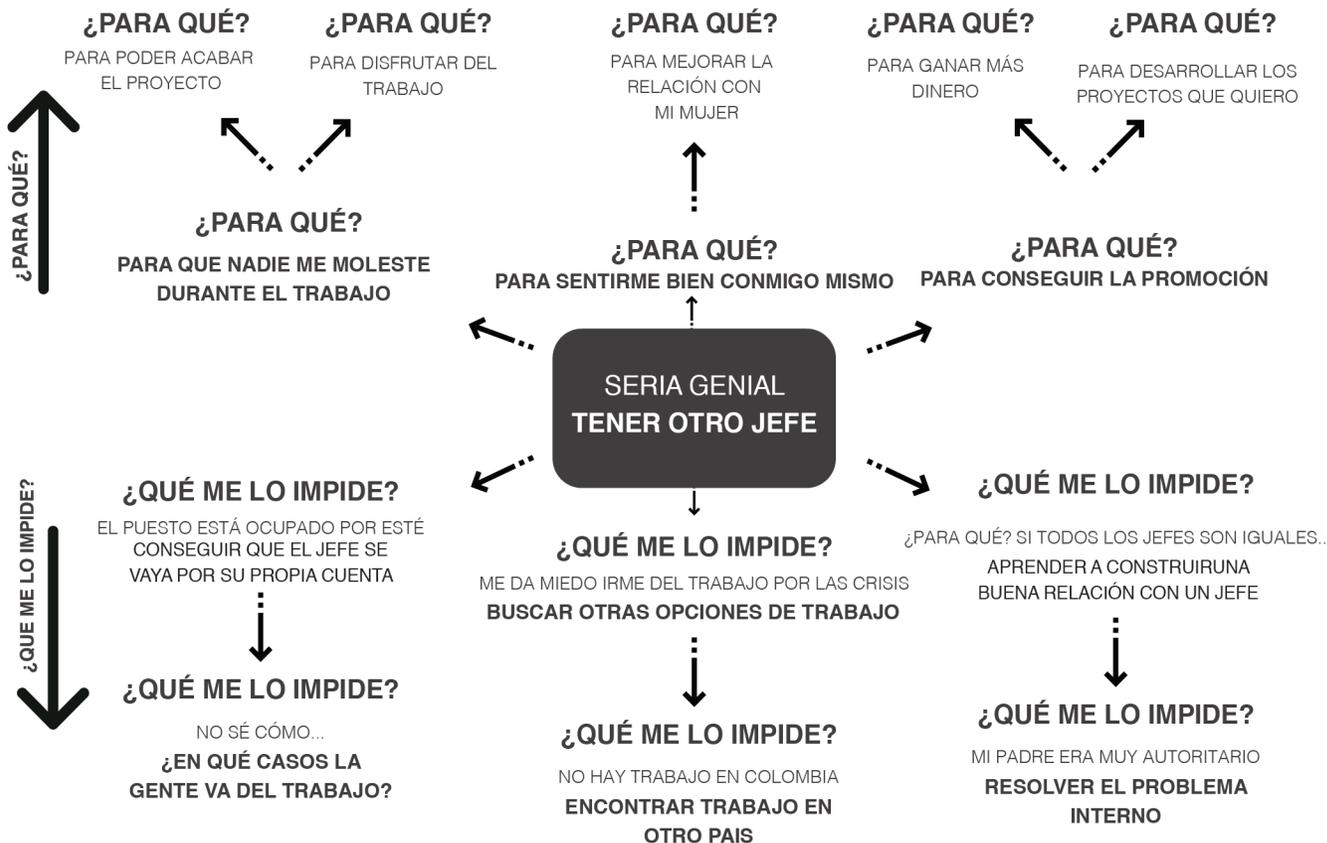


JTBD

FUNCIONAL
PERSONAL
SOCIAL



EJEMPLO



PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.1. PROFUNDIZA EL TRABAJO A REALIZAR

¿PARA
QUÉ?



TRABAJO A REALIZAR

¿QUÉ LO
IMPIDE?



3.2. MOMENTO DE ORGANIZAR LA INFORMACIÓN...

Una vez desarrollo mi descripción del consumidor y la escalera de abstracción, se debe clasificar la información para poder ser trabajada o llevada a una “Tarea a Realizar” Para esto la siguiente matriz puede ser de gran ayuda:

| VERBO | OBJETO | CIRCUNSTANCIA | ASPECTOS PERSONAL | ASPECTOS FUNCIONAL | ASPECTOS SOCIAL |
|---------|-----------------|---------------------------|---|--|--|
| Manejar | mi alimentación | Cuando pico entre comidas | -Darle energía a mi cuerpo -Calmar el hambre | -No estar de mal genio -Cumplir mi meta de bajar peso | Mostrar todo mi potencial para verme mejor |
| Manejar | mi alimentación | En mi casa en la noche | | | |
| | | | | | |



PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.2. ORGANIZA LA INFORMACIÓN...

| VERBO | OBJETO | CIRCUNSTANCIA | ASPECTO PERSONAL | ASPECTO FUNCIONAL | ASPECTO SOCIAL |
|-------|--------|---------------|------------------|-------------------|----------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



PASO 3 - PROFUNDIZANDO EN LO QUE ENCONTRÉ

3.3. INDAGUE EN SU CONSUMIDOR PARA ENTENDER EL IMPACTO DE CADA ASPECTO

Un paso fundamental para poder seleccionar los elementos a trabajar, es el de organizarlos teniendo en cuenta la importancia para el consumidor así:

CALMAR EL HAMBRE

FUNCIONAL

+ importante

- ★ Darle energía a mi cuerpo

- importante

PERSONAL

+

- ★ Cumplir mi meta de bajar peso

- ★ No estar de mal Genio

-

SOCIAL

+

- ★ Para verme mejor

- ★ Mostrar todo mi potencial

-

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

La forma es importante cuando hablamos de tener una “tarea a realizar” que pueda ser entendida por cualquier persona en nuestra empresa y que además se asegure de tener todos los elementos encontrados!

La circunstancia, la actividad a realizar sobre un objeto dado y los aspectos funcionales y emocionales, deben ser conectados de una manera que haga sentido.

Esta forma sugerida tendrá la siguiente estructura:

CUANDO (habla de la circunstancia) + **QUIERO** (la acción sobre el objeto) + **PARA PODER** (aspectos funcionales y/o emocionales)

CUANDO

CIRCUNSTANCIA

QUIERO

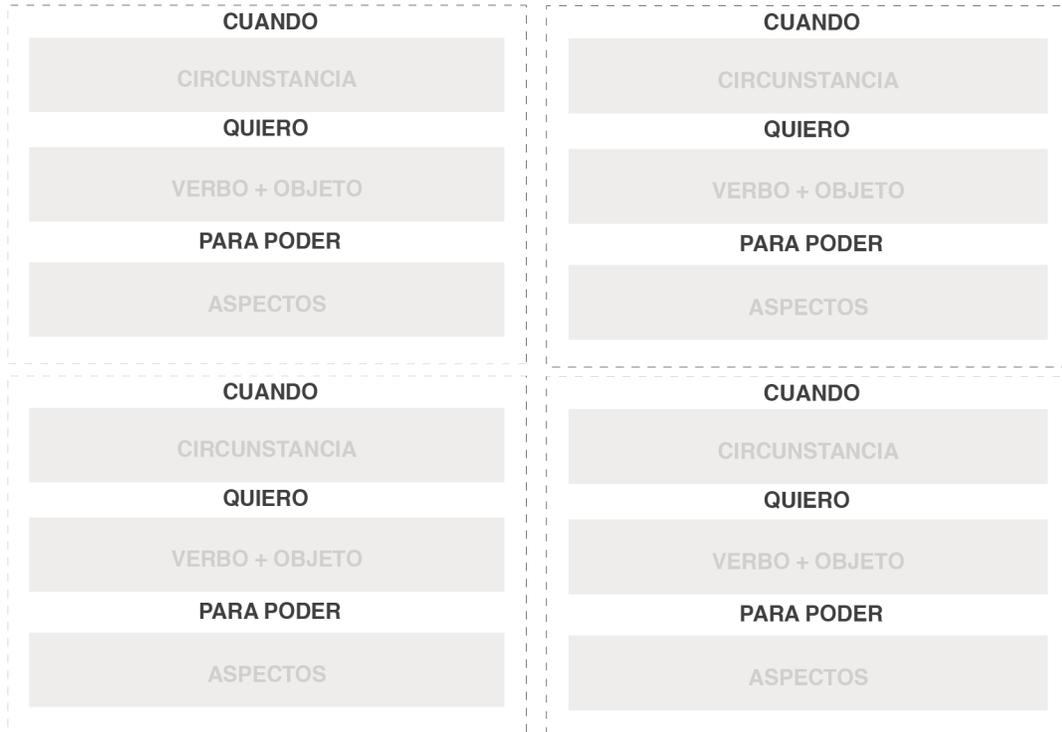
VERBO + OBJETO

PARA PODER

ASPECTOS RELEVANTES

PASO 4 - LA “TAREA A REALIZAR” FINAL

4.1. DEFINA LA “TAREA A REALIZAR” CON LA SIGUIENTE FÓRMULA



PASO 5 - FILTRO

Un ejercicio hecho a profundidad, deberá arrojar varias “tareas a realizar” y poder decidir cual es la ideal a trabajar debe hacerse de manera objetiva.

Para esto se puede utilizar una gráfica que intenta medir la satisfacción actual que tiene el consumidor con las soluciones actuales vs la importancia que tiene en su vida solucionar esta tarea.

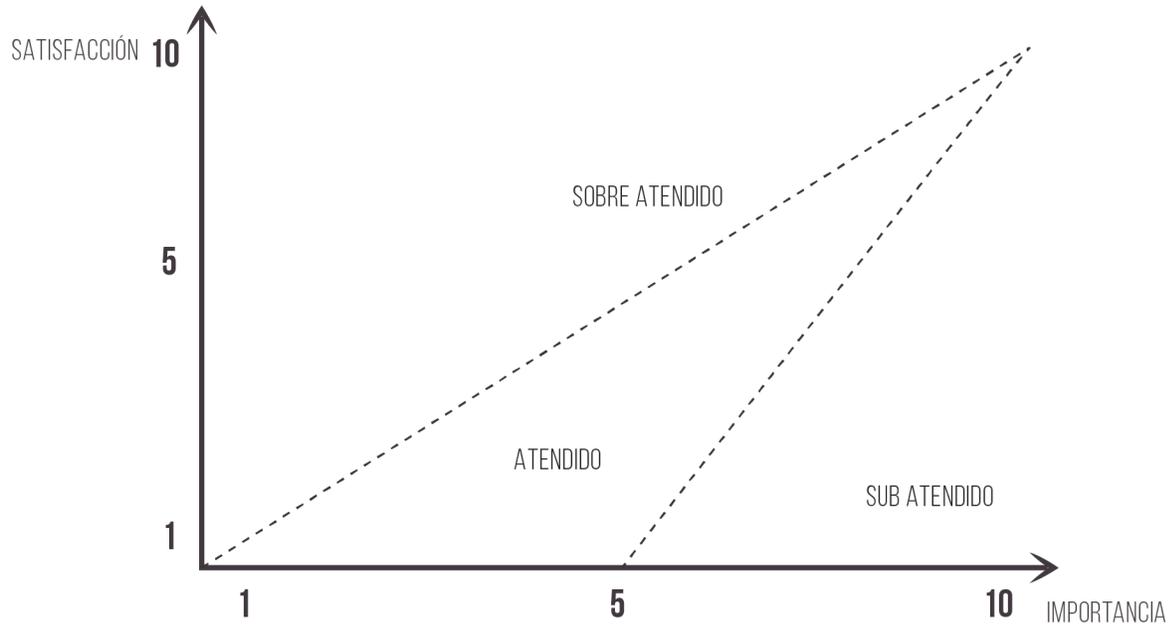
Encontrar esta respuesta exigirá volver al consumidor a entender que existe actualmente y la importancia que le da a lo encontrado.

En la siguiente gráfica calificando de 1 a 10 cada uno de estos aspectos, se ubicara la “**tarea a realizar**” y su diagnóstico para tomar decisiones. El espacio donde queremos estar será siempre el sub atendido, en donde claramente se encontrará una oportunidad en el mercado.



PASO 5 - FILTRO

5.1. INDAGUE Y CALIFIQUE DE 1 A 10 EL GRADO DE SATISFACCIÓN ACTUAL DE LAS SOLUCIONES EXISTENTES A LOS TRABAJOS A REALIZAR VS LA IMPORTANCIA PARA ENCONTRAR LOS TRABAJOS A REALIZAR , **LA OPORTUNIDAD ESTA EN TRABAJOS SUB ATENDIDOS**



QUE SIGUE EN EL PROCESO...

El trabajo a realizar debe ser el detonante para una **propuesta de valor, entendiéndose propuesta de valor como 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 porque debe elegirte a tí y no a la competencia (diferenciación)

Esta propuesta de valor deberá construir sobre todo lo **deseado** y elimina las barrera encontradas.



LOS PASOS A SEGUIR ENTONCES SERÍAN

LOS PASOS A SEGUIR ENTONCES SERÍAN:



LOS PASOS A SEGUIR ENTONCES SERÍAN
 =
 TRABAJO A REALIZAR (GANANCIA)
 +
 ¡ QUÉ ME LO IMPIDE (DOLORES)



NOTAS



NOTAS



NOTAS



NOTAS