

Laboratorio 2 Innovation:

Cómo conectar con las necesidades humanas y de Innovación

Co-construir un entendimiento compartido del ecosistema institucional sobre el que el laboratorio de innovación pública de la UPME desarrolla su acción, identificando retos clave y las relaciones entre los actores del sistema para definir oportunidades de conexión e intervención.

Diseñado por:

D.í. Lina Nataly Alvarado Riaño

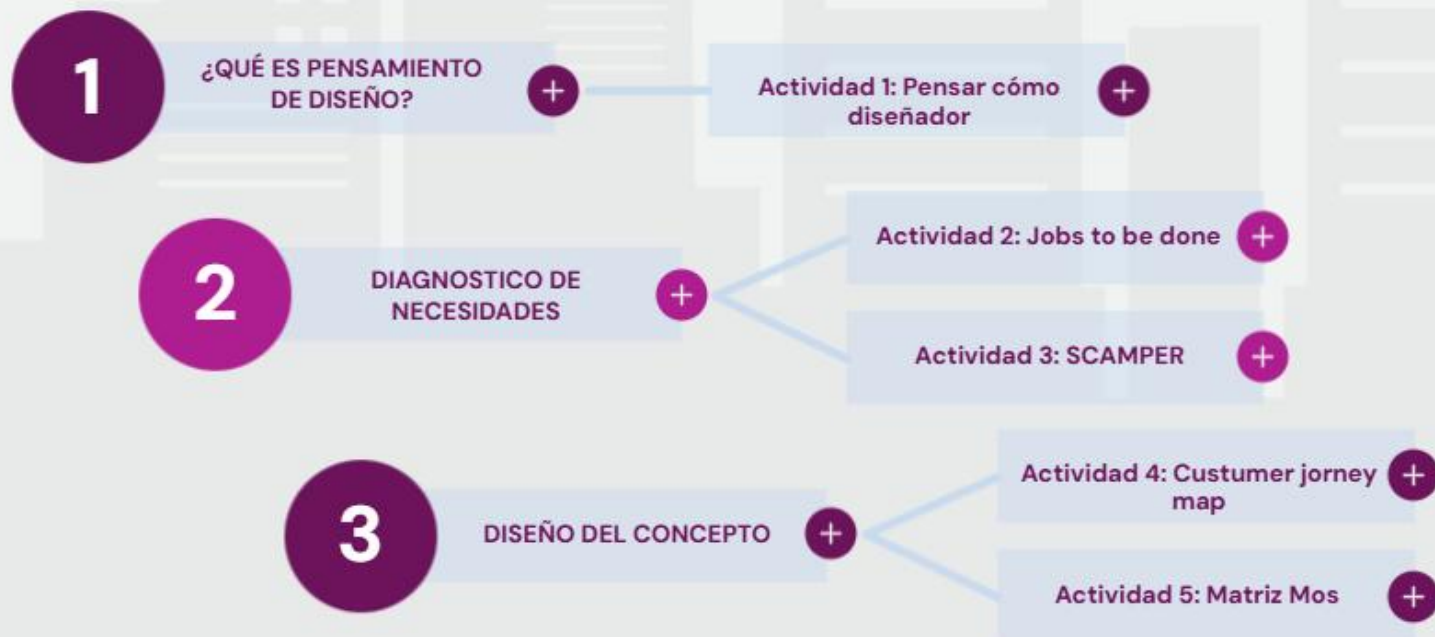
 31777115052





Contenido

Estos laboratrios estarán orientados a la identificación y materialización de oportunidades de transformación para los productos, servicios y procesos institucionales, contribuyendo así a la consolidación de una organización más resiliente, eficiente y orientada al ciudadano.



Ten en cuenta



1

EL LAB INICIA DESDE LAS 8:00 A.M. Y
FINALIZA A LAS 11:00 A.M



2

NO ES PERMITIDO USAR EL CELULAR
PARA HACER OTRA ACTIVIDAD QUE NO
SEA LA EXPERIMENTACIÓN EN EL
LABORATORIO.



3

NO ESTA PERMITIDO ATENDER
REUNIONES DE TRABAJO EN EL
LABORATORIO.



4

NO ESTA PERMITIDO ATENDER
LLAMADAS EN EL LABORATORIO, SI
ES MUY URGENTE DEBES
RETIRARTE DE LA ACTIVIDAD.





Bienvenido a su laboratorio de innovación

¿Qué es?

Estos cuatro laboratorios están concebidos bajo el paradigma de la Innovación Pública y se configurarán como entornos controlados y colaborativos, en los cuales la experimentación sistemática de soluciones innovadoras se viabilizará mediante la integración de metodologías estructuradas tales como, Design Thinking o Lean Startup y Agile, así como de herramientas especializadas para el prototipado, el análisis avanzado de datos y la aplicación de tecnologías emergentes (Mazzucato, 2018; Ries, 2011).

Los Laboratorios se caracteriza por:



1

Ser único, diseñado para enseñarles y presentarles habilidades, técnicas o ideas prácticas que después podrán usar en su trabajo.



2

Dar una guía para indagar y cuestionar lo ideado.



3

Ser un trabajo guiado y construido a partir del debate, la comunicación y el consenso.



4

Ser un espacio para aprender haciendo, para experimentar de manera controlada y un espacio seguro para el fallo.



Objetivos Estratégicos:

1. Promover mejoras disruptivas e incrementales en procesos organizacionales y sociales
2. Fomentar la co-creación a través de equipos multidisciplinares
3. Validar hipótesis mediante ciclos iterativos de prueba y error
4. Impulsar una cultura organizacional de innovación basada en la evidencia



Espacios de construcción colaborativa, para experimentar, iterar, simular y validar oportunidades.



Metodología de las sesiones



Indice de la Jornada



DESIGN THINKING
Actividad 1: Pensar cómo diseñador
8:00 a.m. a 8:30 a.m.

IDEACIÓN:
Actividad 3: SCAMPER
9:15 a.m. a 9:45 a.m.

IDEACIÓN:
Actividad 4: Customer journey map
10:00 a.m. a 10:30 a.m.

01

03

05

02

04

06

IDEACIÓN
Actividad 2: Jobs to be done
8:30 a.m. a 9:15 a.m.

BREAK
9:45 a.m. a 10:00 a.m.

IDEACIÓN:
Actividad 5: Matriz Mos
10:30 a.m. a 11:00 a.m.



Equipo _____

Nuestro equipo será así, ten presente para preguntas o ideas.



Carta 1



Debemos hablar y debatir.

Si no se habla ¿Cómo se construye?

Carta 2



Debemos escuchar atentamente

Si no escuchamos ¿Cómo debatimos?

CARTAS DE JUEGO



Carta 3



Debemos Seguir el Tiempo

**Debemos ser ágiles, sino lo sómos
será qué aún no lo tenemos claro.**

Carta 4



El No, NO EXISTE.

**ACÁ TODAS LAS IDEAS SON VÁLIDAS,
NADA ES FALSO, NADA ES MALO, NADA
ES IMPOSIBLE.**



Temas de la experimentación



RETO 1:

Gestión del Trámite de Incentivos Tributarios

Pregunta Orientadora: ¿Cómo genero una atención oportuna a las solicitudes?

Problema: Este servicio ha presentado un crecimiento exponencial importante y entre el 2023 y el 2025 que desborda la capacidad instalada de la Entidad. Se gestiona de la mejor forma con los recursos disponibles ya que hay elementos que no permiten alcanzar una oportunidad del 100%. A pesar de los esfuerzos del proceso en la atención, dedicación en espacios adicionales a las jornadas laborales, a la priorización y gestión de estas solicitudes, no ha sido posible disminuir a 0 las solicitudes por fuera de términos. Razón por la cual se requiere analizar desde una perspectiva diferente las alternativas que requiere este trámite para hacerlo más eficiente y responder de manera oportuna a los solicitantes



RETO 2:

Trámite Oportuno de PQRSDF

Pregunta Orientadora: ¿Cómo mejoro la experiencia del proceso PQRSDF?

Problema: materialización del riesgo de gestión: “Posibilidad de afectación reputacional por no dar respuesta a las PQRSDF, hacerlo de manera extemporánea, incompleta o con información errada debido al desconocimiento y/o falta de apropiación de los lineamientos de la Política de Servicio al Ciudadano y procedimientos documentados por parte del personal de algunas dependencias misionales; falta de compromiso y experticia del Talento Humano” asociado al proceso Servicio al Ciudadano, esta materializado; debido a que, de acuerdo con la evidencia presentada en el monitoreo de la primera línea de defensa del proceso, se registran solicitudes vencidas, incumpliendo la Política Institucional de Servicio al Ciudadano y el procedimiento P-SC-01 Atención al Ciudadano – Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias, Denuncias y Felicitaciones



RETO 3:

Planeación Integral Minero Energética

Pregunta Orientadora: ¿cómo genero planes de trabajo integrales y atriculados con todos los actores involucrados en la UPME?

Problema: El ejercicio de elaboración de los Planes Minero-Energéticos se realiza de forma segmentada por dependencias de acuerdo con la responsabilidad o asignación por energético. Sin embargo, se requiere establecer los mecanismos y metodologías que permitan desarrollar una construcción articulada y armonizada de los planes dentro de un mismo elemento estratégico que los concentre a todos y permita desarrollar una planeación integral, propiamente dicha.





step

1

Pensamiento de diseño

Frase
Ideo

**Design Thinking es una forma
de resolver problemas a
través de la creatividad**

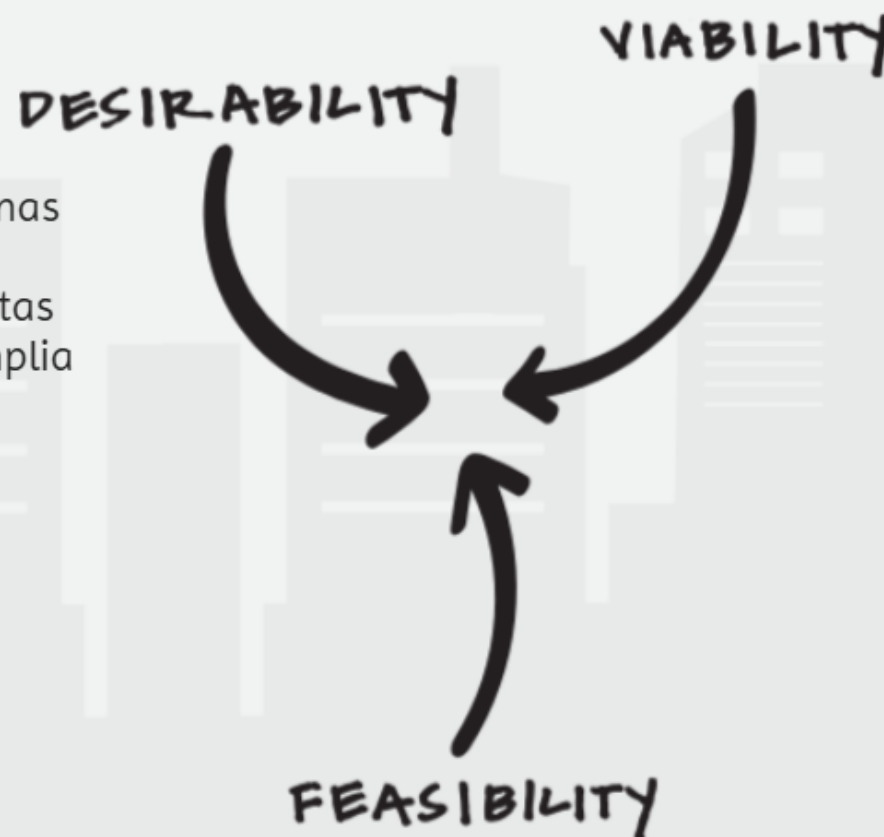


¿QUÉ ES?

pensar cómo diseñador

Pensar como diseñador puede transformar la forma en que las organizaciones desarrollan productos, servicios, procesos y estrategias. Este enfoque, conocido como design thinking, combina lo deseable desde el punto de vista humano con lo que es tecnológicamente factible y económicamente viable.

También permite que las personas que no tienen formación como diseñadores utilicen herramientas creativas para abordar una amplia gama de desafíos.

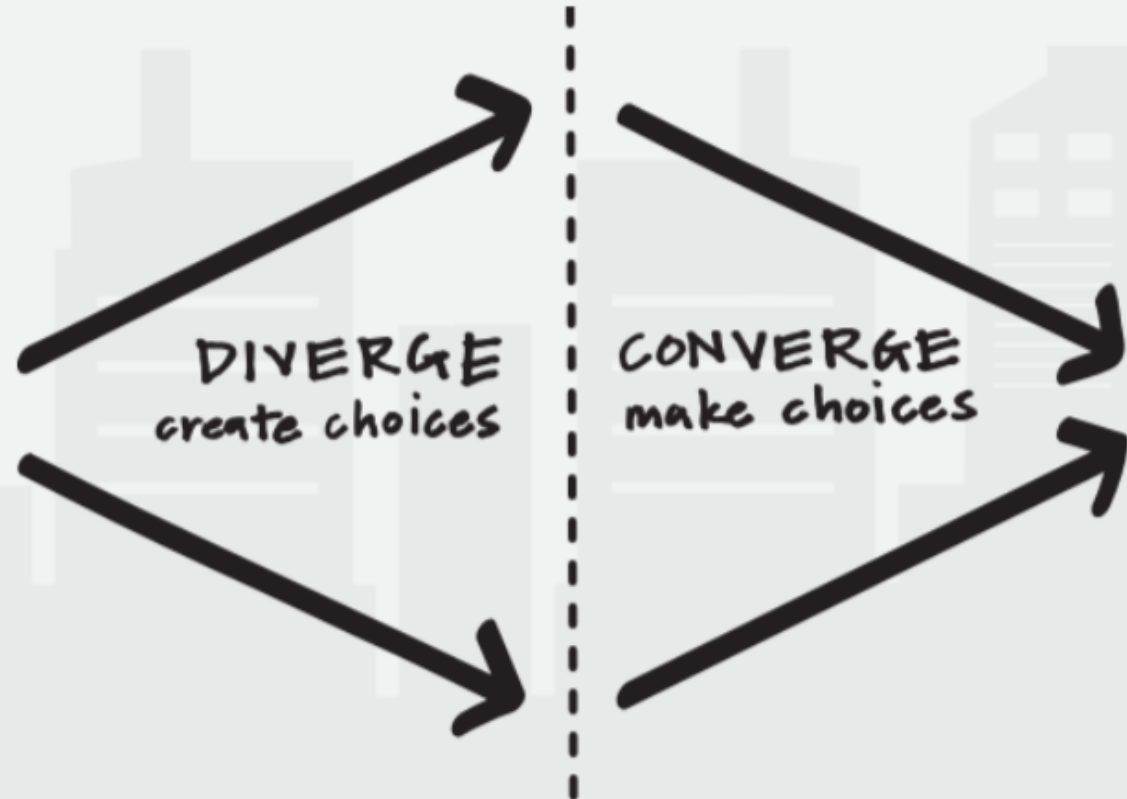


The intersection where design thinking lives

IDEO

SISTEMA pensar cómo diseñador

Vivimos y trabajamos en un mundo de sistemas interconectados, donde muchos de los problemas que enfrentamos son dinámicos, multifacéticos e inherentemente humanos.



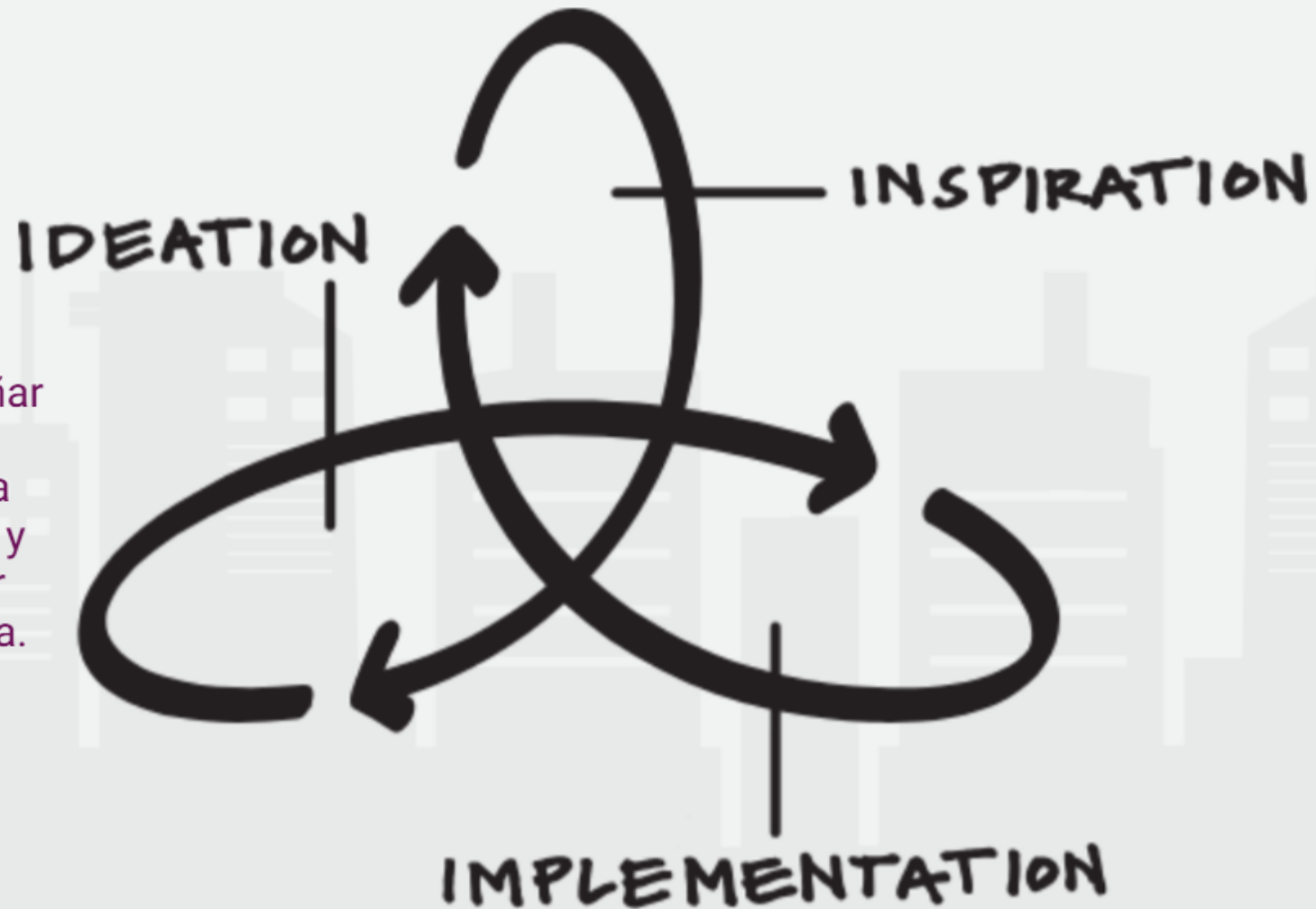
Divergent and convergent thinking

IDEO



UPME

Pensar como un diseñador requiere soñar con ideas alocadas, tomarse el tiempo para experimentar y probar, y estar dispuesto a fallar pronto y con frecuencia.



The 3 core activities of design thinking

IDEO

¿QUÉ ES? pensar cómo diseñador

Hay diferentes categorías de problemas: problemas simples, que, por lo general, tienen una solución; y problemas con cierto grado de complicación, con diferentes causas y diferentes planteamientos.

En ese sentido, el Design Thinking está pensado para escenarios complejos donde reina la incertidumbre, las cosas no son predecibles, no hay datos exactos ni a veces previos, no sabemos muchas cosas, pero en estos marcos es importante contar con métodos experimentación, en los que probamos y vamos iterando, evaluando si la solución pensada sirve o no. Las soluciones se van dando en la medida que pruebas, que vas adaptando.

01 Entender el origen del problema

02 Practicar la observación

03 Ver cosas que otros no ven

04 Explorar todo el contexto

05 Utilizar diferentes metodologías cualitativas de exploración o investigación para conocer las necesidades y las problemáticas a fondo

06 Aprender haciendo y experimentación

07 Lleva a la acción



PRINCIPIOS pensar cómo diseñador

Recuerda que el pensamiento de diseño o Design Thinking nos permite convertir lo complejo, en ideas comprensibles por eso es importante:

1. Comienza por ubicar en un mapa de sistema los factores que definen el problema complejo.
2. Focalízate en la comprensión de los actores como stakeholder, con aspiraciones, poder, roles y comportamientos en un sistema.
3. Prioriza la perspectiva de urgencia del grupo de usuarios que ustedes quieren trabajar para diseñar con y para ellos.
4. Desarrollar soluciones que realmente respondan a las necesidades, que le gusten al grupo focal de usuarios y que fomenten el desarrollo sustentable del sistema y sus actores.

Principios:

- 01 **Mente de principiante.**
- 02 **Herramientas visuales**
- 03 **Colaboración**
- 04 **Es un proceso**
- 05 **No es lineal**
- 06 **Aprender haciendo y experimentación**
- 07 **Lleva a la acción**

Presentación de Canvas





UPME

EJERCICIO 1.

pensar cómo diseñador

Preguntas:	¿Cuál es el problema que estas tratando de resolver y por qué es tan importante?	¿Para quién es un problema lo que resuelves?	¿Qué factores sociales, económicos y ambientales componen este problema?	¿Qué evidencias tienes que indican que solucionar esta situación vale la pena?	¿Puedes pensar en este problema desde un enfoque diferente? ¿Puedes replantearlo?	¿Cuál es el cambio a largo plazo que ves como tu meta?
El Rol						
¿Cual es objetivo de tu rol y que problemas resuelve?						
La Motivación						
Derrarrollando el ejercicio de este lienzo lograrás transitar a un estado de decisión que te impulse a transformar realidades que pueden estar mejor.						
Instrucción						
En ocasiones nos vemos desbordados por situaciones problemáticas y no sabemos por dónde comenzar a resolverlos.						



DESIGN THINKING



Metodología basada en conocer las necesidades de las personas, para así poder resolverlas de forma innovadora y obtener resultados excepcionales.



¿CÓMO FUNCIONA?

- 1 Empatizar**
Ponerse en el lugar del cliente y conocer su verdadero problema.
- 2 Definir**
Recopilar la información más importante y además identificar el problema.
- 3 Ideas**
Todo el equipo aporta ideas para llegar a una solución.
- 4 Prototipos**
Seleccionar la idea más indicada y aterrizarla.
- 5 Testea**
Solución planteada y evaluada.

CARACTERÍSTICAS



Utiliza el pensamiento divergente



Modifica para obtener resultados optimos



Genera lluvia de ideas



Se trabaja en equipo





1. Para quién
es la
actividad



2. Qué
contenido



3. Cómo se
muestra

AHORA, GESTIONEMOS UNA
ACTIVIDAD:



DESIGN THINKING

aspectos relevantes

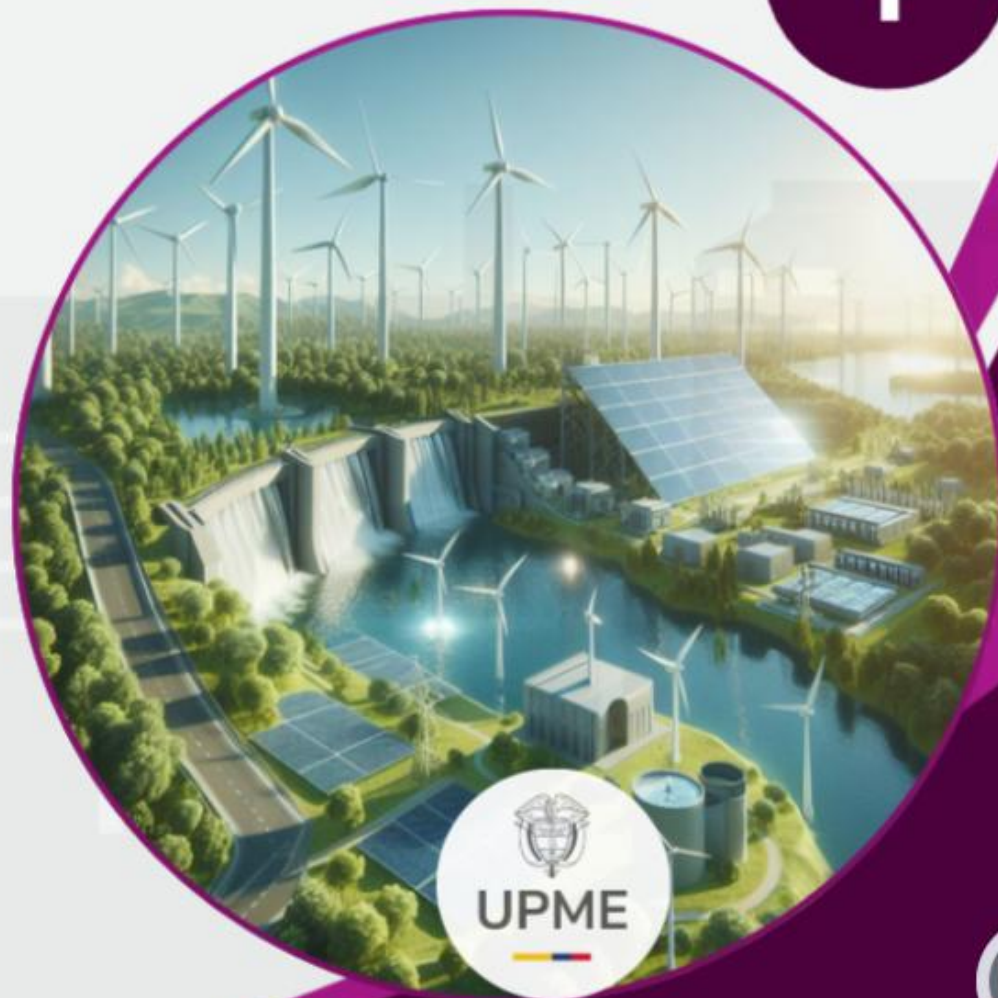
1. Mejor resolución de problemas : permite identificar la raíz del problema y crear soluciones más efectivas.
2. Innovación : Generar ideas nuevas e innovadoras que pueden no aparecer en otros enfoques.
3. Centrarse en los usuarios : asegúrese de que la solución resultante realmente satisfaga las necesidades y expectativas de los usuarios.
4. Mejor trabajo en equipo : fomenta una mejor cooperación y comunicación entre miembros del equipo con diversos orígenes.
5. Flexibilidad : Permite la adaptación y mejora en función del feedback de los usuarios.

Step
1

idear

Actividad 2: Jobs to be done

Entender qué es lo que impulsa a los clientes a adoptar y utilizar productos o servicios específicos, más allá de las características demográficas o psicográficas.



IDEAR jobs to be done

La metodología Jobs to Be Done (JTBD) es un enfoque teórico y práctico para entender las necesidades y motivaciones de los clientes. Se centra en identificar los trabajos que los consumidores buscan realizar en sus vidas y cómo los productos o servicios pueden ayudarlos a completar esos trabajos.



Se trata de que logres ponerte en los zapatos de los demás y entiendas las razones detrás de sus peticiones.

+ INFO

IDEAR jobs to be done

La metodología JTBD fue popularizada por el profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, Clayton Christensen, aunque se basa en trabajos previos de otros académicos y profesionales en el campo de la innovación y la estrategia empresarial.
Detalles de la Metodología

Fundamentos: JTBD se basa en la idea de que los clientes "contratan" productos o servicios para realizar ciertos trabajos. Al comprender estos trabajos, las empresas pueden desarrollar soluciones más efectivas y alineadas con las verdaderas necesidades de los clientes.

Proceso: El proceso JTBD incluye identificar los trabajos, mapear los procesos de los clientes, identificar oportunidades de mejora y desarrollar soluciones innovadoras.



Se trata de que logres ponerte en los zapatos de los demás y entiendas las razones detrás de sus peticiones.

IDEAR jobs to be done

INSTRUCCIONES

Este Canvas sirve para las entrevistas individuales realizadas para identificar los #JTBD y está dividido en tres áreas: Timeline, Fuerzas del progreso y Job Story.

Realiza el Job Story al final.

TIMELINE

1. PRIMER PENSAMIENTO

2. BÚSQUEDA PASIVA

JOBS TO BE DONE - CANVAS

Nombre entrevistado:

Proyecto:

Fecha:

Cliente: si ☐ no ☐

FUERZAS DEL PROGRESO

Problema ↗

Progreso ↗



Hábitos



Ansiedades

JOB STORY

Cuando _____, yo quiero _____ así podré _____
Situación Motivación Resultado esperado

Ejemplo: Cuando viajo en auto con la familia, quiero contar con suficiente espacio, así podremos ir más cómodos, sin estrés y contar con todo lo que necesitamos para el viaje.

8. CONSUMO

7. COMPRA / CANCELACIÓN

IDEAR jobs to be done



Jobs-To-Be-Done Canvas™
Powered by Outcome-Driven Innovation®
v1.3

Job Executor e.g., the end user

Core Functional Job-to-be-Done Verb + Object of the verb + Contextual clarifier

CONSUMPTION JOBS	1. DEFINE	2. LOCATE	3. PREPARE	4. CONFIRM																																										
<table border="0"> <tr> <td>Executor</td> <td>Other</td> <td></td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Acquire/Purchase</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Receive</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Install</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Setup</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Learn</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Use / Interface with</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Store</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Move</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Maintain</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Repair</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Upgrade</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Replace</td> </tr> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>Dispose</td> </tr> </table> What technology or product assumptions are you making? Or are you considering an altogether new product? Which of these jobs must be executed to support product consumption? Who is responsible for execution?	Executor	Other		☐	☐	Acquire/Purchase	☐	☐	Receive	☐	☐	Install	☐	☐	Setup	☐	☐	Learn	☐	☐	Use / Interface with	☐	☐	Store	☐	☐	Move	☐	☐	Maintain	☐	☐	Repair	☐	☐	Upgrade	☐	☐	Replace	☐	☐	Dispose	Plan, Select, Determine • • • What aspects of getting the job done must the customer define upfront to proceed?	Gather, Access, Retrieve • • • What inputs or items must be located - tangible/intangible - to do the job?	Setup, Organize, Examine • • • How must the customer prepare the inputs and environment to do the job?	Validate, Prioritize, Decide • • • What must the customer verify before proceeding to ensure success?
Executor	Other																																													
☐	☐	Acquire/Purchase																																												
☐	☐	Receive																																												
☐	☐	Install																																												
☐	☐	Setup																																												
☐	☐	Learn																																												
☐	☐	Use / Interface with																																												
☐	☐	Store																																												
☐	☐	Move																																												
☐	☐	Maintain																																												
☐	☐	Repair																																												
☐	☐	Upgrade																																												
☐	☐	Replace																																												
☐	☐	Dispose																																												
	5. EXECUTE	6. MONITOR	7. MODIFY	8. CONCLUDE																																										
	Perform, Transact, Administer • • • What must customers do to execute the job successfully?	Verify, Track, Check • • • What must the customer monitor to ensure the job is successfully executed?	Update, Adjust, Maintain • • • What might the customer need to alter for the job to be completed successfully?	Store, Finish, Close • • • What must the customer do to finish the job?																																										
RELATED JOBS	DESIRED OUTCOMES																																													
What other functional jobs is the executor trying to get done before, during, or after executing the core job?	<table border="0"> <tr> <td>Overserved (reduce cost/complexity)</td> <td>(For core and consumption jobs)</td> <td>Table Stakes (must address)</td> </tr> <tr> <td>What outcomes do you hypothesize are not important yet highly satisfied? These are opportunities for cost reduction.</td> <td> Appropriately Served (maintain status quo) </td> <td>What outcomes do you hypothesize are very important and also very satisfied? These must continue to be satisfied.</td> </tr> <tr> <td>What outcomes do you hypothesize are neither important or satisfied? These needs should not be considered.</td> <td></td> <td>What outcomes do you hypothesize are very important and not well satisfied? These are opportunities to add value.</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Irrelevant (do not address / stop addressing)</td> <td>Outcome = Direction + Metric + Object of Control + Contextual Clarifier</td> <td>Underserved (add value)</td> </tr> </table>				Overserved (reduce cost/complexity)	(For core and consumption jobs)	Table Stakes (must address)	What outcomes do you hypothesize are not important yet highly satisfied? These are opportunities for cost reduction.	Appropriately Served (maintain status quo)	What outcomes do you hypothesize are very important and also very satisfied? These must continue to be satisfied.	What outcomes do you hypothesize are neither important or satisfied? These needs should not be considered.		What outcomes do you hypothesize are very important and not well satisfied? These are opportunities to add value.				Irrelevant (do not address / stop addressing)	Outcome = Direction + Metric + Object of Control + Contextual Clarifier	Underserved (add value)																											
Overserved (reduce cost/complexity)	(For core and consumption jobs)	Table Stakes (must address)																																												
What outcomes do you hypothesize are not important yet highly satisfied? These are opportunities for cost reduction.	Appropriately Served (maintain status quo)	What outcomes do you hypothesize are very important and also very satisfied? These must continue to be satisfied.																																												
What outcomes do you hypothesize are neither important or satisfied? These needs should not be considered.		What outcomes do you hypothesize are very important and not well satisfied? These are opportunities to add value.																																												
Irrelevant (do not address / stop addressing)	Outcome = Direction + Metric + Object of Control + Contextual Clarifier	Underserved (add value)																																												
EMOTIONAL JOBS																																														
How do job executors want to feel by getting the job done? How do they want to be perceived by others?																																														

Laboratorio 2 Innovation:

Canva: ¿Jobs to be done?

identifica 3 Actores:

1. _____
2. _____
3. _____

TRABAJO POR HACER

RECONOCER LAS FUERZAS DEL PROGRESO

Perfil 1, 2, 3

Hábitos

Identifica al menos 3 hábitos que motivan al usuario.

¿Por qué?

¿Cuándo?

¿A dónde?

Deseos de Progreso

Define al menos 3 cosas que el usuario desea cómo progreso.

¿Por qué?

¿Cuándo?

¿A dónde?

Frustraciones y Desmotivaciones

Identifica al menos 3 frustraciones que motivan al usuario.

¿Por qué?

¿Cuándo?

¿A dónde?

Problemas de progreso

Identifica al menos 3 obstáculos o barreras que vive el usuario día a día.

¿Por qué?

¿Cuándo?

¿A dónde?

Laboratorio 2 Innovation:

Canva: ¿Jobs to be done?

INSIGHT / OPORTUNIDADES

INSIGHT 1
¿QUE LE DESAGRADA?

INSIGHT 2
¿CUALES SON SUS FRUSTRACIONES?

INSIGHT 3
¿CUALES SON SUS OPCIONES NEGATIVAS?

Problemáticas

Frustraciones

Deseos

Habito

¿Por que?

¿Dónde?

¿Por que?

¿Dónde?

¿Por que?

¿Dónde?

¿Por que?

¿Dónde?

¿Por que?

¿Dónde?

¿Cuándo?

¿Cuándo?

¿Cuándo?

¿Cuándo?



Actividad 1

Cuándo

Yo quiero

Así Podré

Actividad 1

Cuándo

Yo quiero

Así Podré

Actividad 1



Step

1

idear

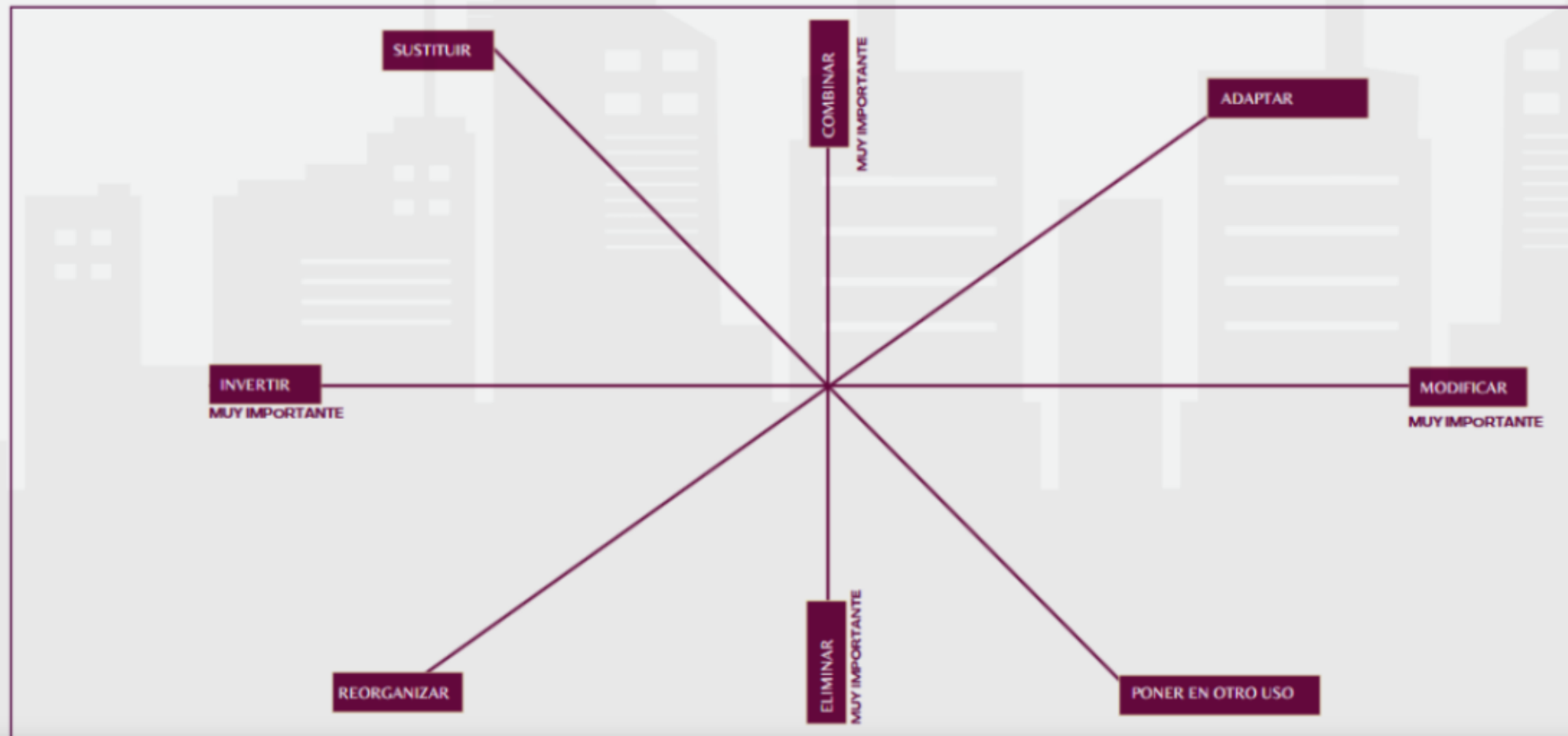
Actividad 3: SCAMPER

Técnica creativa utilizada para generar ideas innovadoras y resolver problemas.



Laboratorio 2 Innovation:

Canva: ¿Qué hay por Sustituir, Adaptar, Modificar o cambiar ?



Idear

Actividad 3: flor de lis / flor de loto

Una característica central de esta herramienta es la posibilidad de que la idea ganadora o más prometedora sea desglosada en subideas, generando una cadena continua de desarrollo que profundiza en las posibles soluciones. Este proceso es altamente colaborativo y dinámico, favoreciendo el pensamiento divergente y permitiendo a los participantes expandir sus ideas a nuevas perspectivas y direcciones.

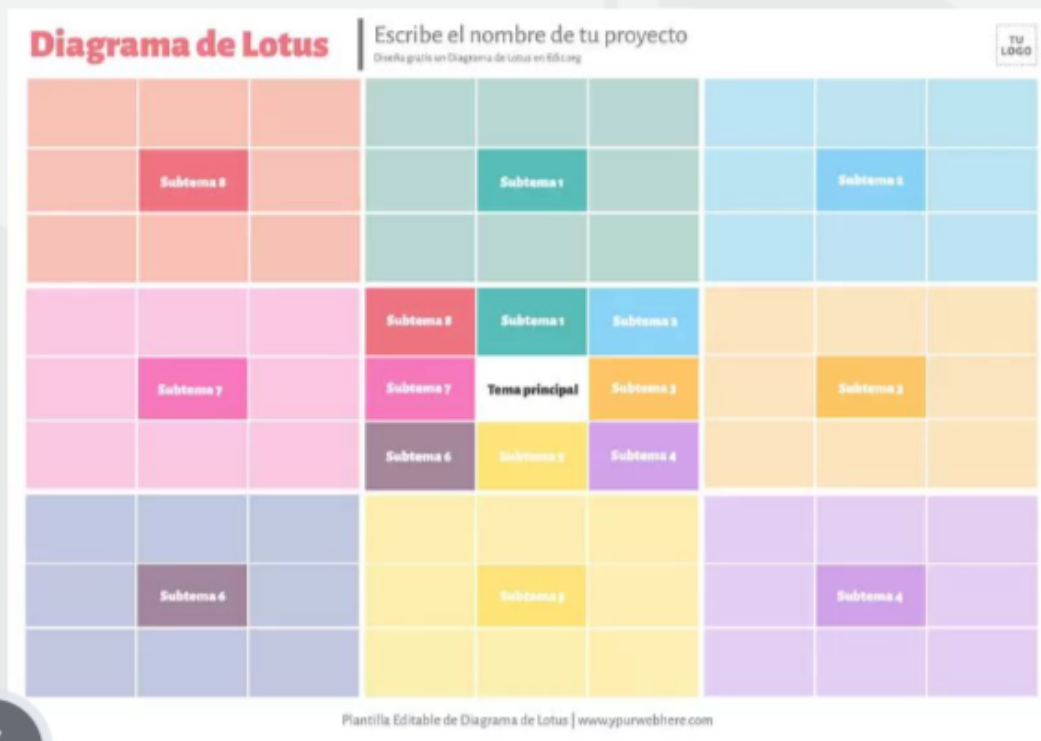
Este método es especialmente útil en contextos donde se busca explorar soluciones creativas a problemas complejos, ya que organiza el pensamiento en torno a una estructura clara y replicable, proporcionando un marco para la evaluación sistemática de las ideas.





Idear

Actividad 3: flor de lis / flor de loto



La Flor de Liz o Flor de Loto, en el ámbito de la creatividad y la resolución de problemas, se refiere a una herramienta visual y práctica que facilita la generación y desarrollo de ideas en torno a una problemática central. Inspirada en la estructura natural de una flor, esta metodología se utiliza comúnmente en el design thinking y la innovación creativa para explorar múltiples soluciones.

La herramienta se basa en la división del problema principal en pétalos o categorías, cada uno representando una dimensión o aspecto clave del desafío. Estos pétalos contienen subproblemas o ideas relacionadas, que a su vez pueden ser descompuestos y explorados de manera individual. Cada idea dentro de un pétalo se evalúa utilizando cuatro variables clave, que pueden incluir factores como la viabilidad, impacto, coste o innovación. Este enfoque permite no solo identificar ideas, sino también priorizarlas y desarrollarlas con mayor profundidad.

Idear

Actividad 3: flor de lis / flor de loto

Discute el problema/Reto

Tiempo: ?
Objetivo: Debate en grupo y construye colectivamente posibles servicios y/o líneas de acción.

Genera ideas principales

Tiempo: ?
Objetivo: Desarrolla y proyecta soluciones principales asociados al problema o reto escríbelos en la primera parte del lienzo.

Estima las ideas

Tiempo: ?
Objetivo: Como equipo de manera sencilla debes realizar una valoración de las ideas principales.
1) qué idea es viable,
2) qué idea es atractiva
3) qué idea es fácil de realizar
4) qué idea es innovadora.

Genera ideas complementarias

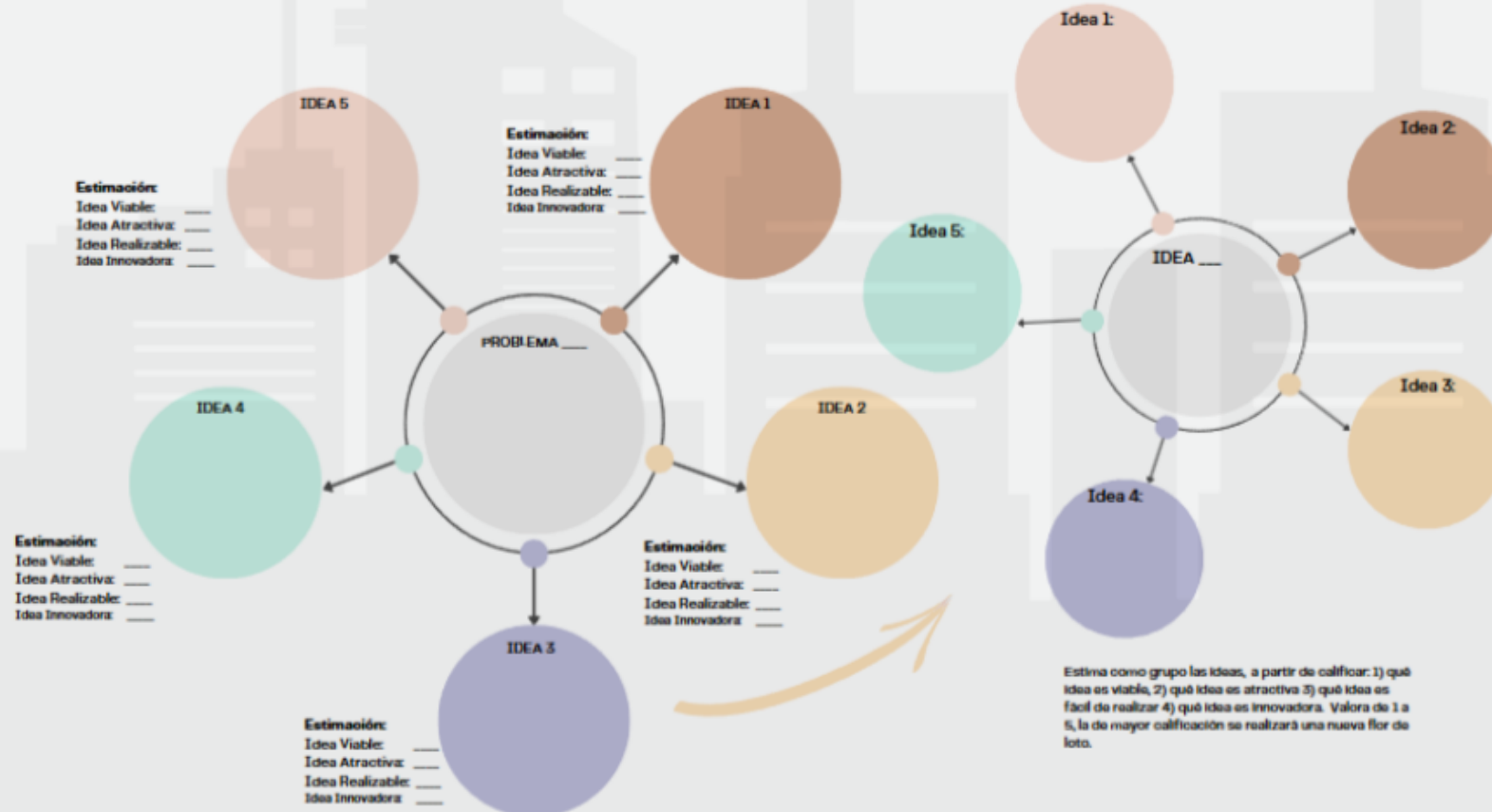
Tiempo: ?
Objetivo: La idea principal ganadora se lleva a la otra mitad del lienzo para desagregarla en ideas del servicio a profundidad.

Idear

Actividad 3: flor de lis / flor de loto

Laboratorio 1
Innovation:

Canva: ¿Cuáles son las ideas?



Actividad 3: Tres Lentes de la Innovación

Laboratorio 1 Innovation:

Canva: Valoremos las ideas

Guía de Aplicación Instrucciones de Uso:

1. Evalúe cada propuesta en los 13 criterios usando la escala 1-5
2. Sume los puntajes por categoría:
 - o Deseabilidad: 3 criterios (máximo 15 puntos)
 - o Factibilidad: 3 criterios (máximo 15 puntos)
 - o Viabilidad: 3 criterios (máximo 15 puntos)
 - o Criterios Adicionales: 4 criterios (máximo 20 puntos)
3. Puntaje total máximo: 65 puntos

Interpretación de Resultados:

- 52-65 puntos: Idea excelente - Implementar inmediatamente
- 39-51 puntos: Idea buena - Desarrollar con ajustes menores
- 26-38 puntos: Idea regular - Requiere mejoras significativas
- 13-25 puntos: Idea débil - Rediseño necesario
- <13 puntos: Idea no viable - Descartar

Criterios Mínimos:

- Ningún criterio debe tener puntuación 1

Deseabilidad ≥ 9 , Factibilidad ≥ 9 , Viabilidad ≥ 9 para ser viable

Criterio de Evaluación	Preguntas Orientadoras	Factor de Medición	Valoración 1	Valoración 2	Valoración 3	Valoración 4	Valoración 5
DESEABILIDAD							
Relevancia del Problema	¿Qué tan crítico es el problema que resuelve?	Urgencia/frecuencia del problema	Problema menor, ocasional	Problema moderado, mensual	Problema importante, semanal	Problema crítico, diario	Problema urgente, continuo
Propuesta de Valor	¿Cuánto mejor es vs. alternativas existentes?	Ventaja competitiva	Similar a competencia	10-25% mejor	25-50% mejor	50-100% mejor	>100% mejor o único
Adopción Esperada	¿Qué tan fácil es adoptarlo?	Curva de aprendizaje	Requiere capacitación externa	Capacitación moderada	Tutorial básico	Intuitivo	Uso inmediato
FACTIBILIDAD							
Recursos Técnicos	¿Tenemos la capacidad técnica?	Disponibilidad de habilidades	0-20% capacidad interna	21-40% capacidad interna	41-60% capacidad interna	61-80% capacidad interna	81-100% capacidad interna
Tiempo de Desarrollo	¿Cuánto tiempo toma implementarlo?	Plazo de desarrollo	>24 meses	12-24 meses	6-12 meses	3-6 meses	<3 meses
Escalabilidad	¿Puede crecer sin límites operativos?	Capacidad de crecimiento	No escalable	Escalable con inversión alta	Escalable con inversión media	Escalable con inversión baja	Altamente escalable
VIABILIDAD							
Modelo de Ingresos	¿Cómo genera dinero?	Claridad del modelo	Modelo incierto	Modelo experimental	Modelo validado parcialmente	Modelo probado	Modelo probado y diversificado
Punto de Equilibrio	¿Cuándo será rentable?	Tiempo al break-even	>36 meses	24-36 meses	12-24 meses	6-12 meses	<6 meses
Margen de Ganancia	¿Qué rentabilidad esperamos?	Margen bruto proyectado	<20%	20-30%	30-40%	40-50%	>50%
CRITERIOS ADICIONALES							
Nivel de Originalidad	¿Qué tan innovadora es la propuesta?	Seguidad en el mercado	Copia exacta	Mejora incremental	Variedad significativa	Enfoque novedoso	Innovación disruptiva
Impacto Potencial	¿Qué beneficios esperamos generar?	Alcance de impacto	Impacto mínimo	Impacto local	Impacto regional	Impacto nacional	Impacto global
Alineación Estratégica	¿Se alinea con objetivos organizacionales?	Coherencia con estrategia	Desalineado	Parcialmente alineado	Alineado	Muy alineado	Estratégicamente crítico
Capacidad de Adaptación	¿Puede evolucionar con cambios futuros?	Flexibilidad	Rígido	Poco flexible	Moderadamente flexible		

Idear

Actividad 4: Customer journey map

Es una herramienta visual que representa todas las etapas y puntos de contacto que experimenta un cliente al interactuar con una empresa, producto o servicio..



Laboratorio 2 Innovation:

Canva: Customer journey map

CUSTOMER JOURNEY MAP							
	DESCUBRIMIENTO	PRIMER CONTACTO	TOMA DE DECISIÓN	PEDIDO	PAGO	ENTREGA DEL SERVICIO	FIDELIZACIÓN
01. GUION Escriba el paso a paso por cada fase del servicio.							
02. PUNTOS DE CONTACTO ¿Qué posibles puntos de contacto tendremos con el cliente?							
03. EMOCIÓN ¿Cómo se siente el cliente en esta fase? ¿Cuál es su emoción predominante?	😊						
	😐						
	😞						
04. CANALES ¿Qué canales de contacto serán los mejores para realizar estas acciones?							

Idear

Actividad 5: Matriz Mos

Hace referencia a un sistema operativo de gestión que integra procesos, herramientas y prácticas para alinear la organización hacia el logro de objetivos (Estos objetivos pueden ser un producto).



Laboratorio 2 Innovation:

Canva: Matriz Mos

EJEMPLO:		DESARROLLO	PRIMER CONTACTO	TOMA DE DECISION	PRIMER PAGO	ENTREGA DEL SERVICIO	FINALIZACION
01. OBJETIVOS							
02. MOMENTOS							
03. INFRAESTRUCTURA							
04. RECURSOS							
05. PROCESOS FRONTSTAGE BACKSTAGE APOYO							



Laboratorio 2 Innovation

