

Programa de Gestión de Innovación en Panadería y Pastelería Saludable

“Gestión Colaborativa para el Diseño de Nuevos Productos en la Región de Coquimbo”



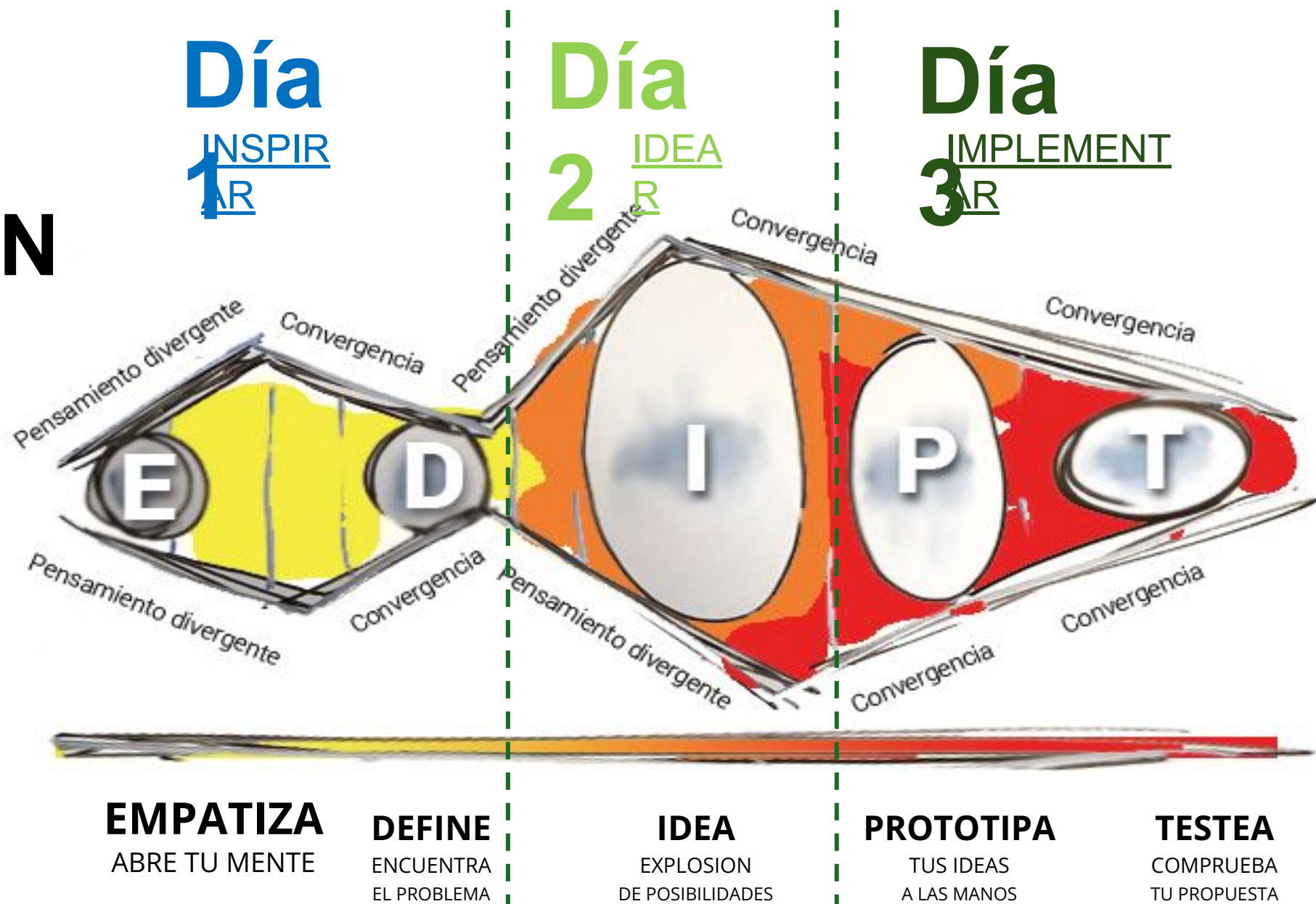
Gestión de la Innovación

ÍNDICE:

- Repaso
- Ejercicio problema
- Pasar papel problema solución
- Ideación
- Validator board

PROCESO ACCELERACIÓN IDEAS

PROGRAMA



Persona Innovadora

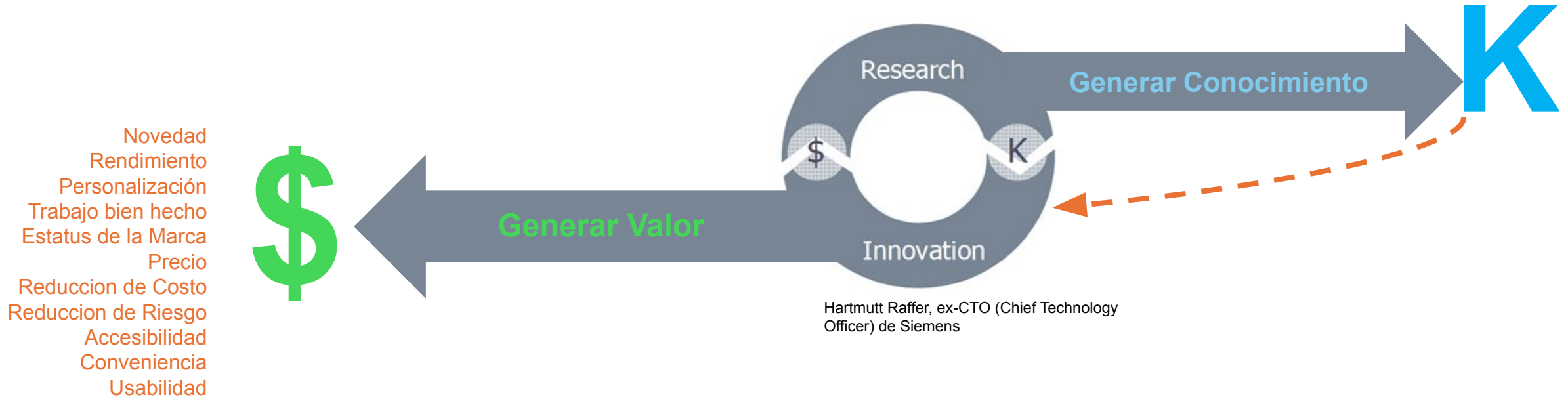


Organización Innovadora



INNOVAR

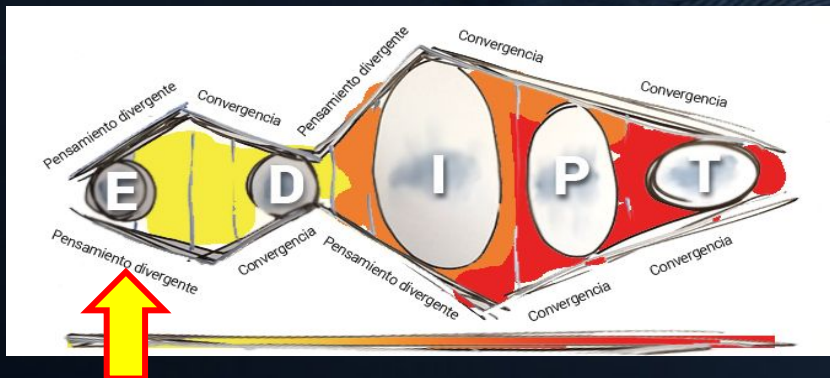
es conectar
para transformar lo disponible en
valor deseado.





EMPATIZAR

Explorar el mundo del usuario
Descubrir que le está pasando
Centrarse en lo humano no en el
producto
Inmersión





Observar y Descubrir al cliente

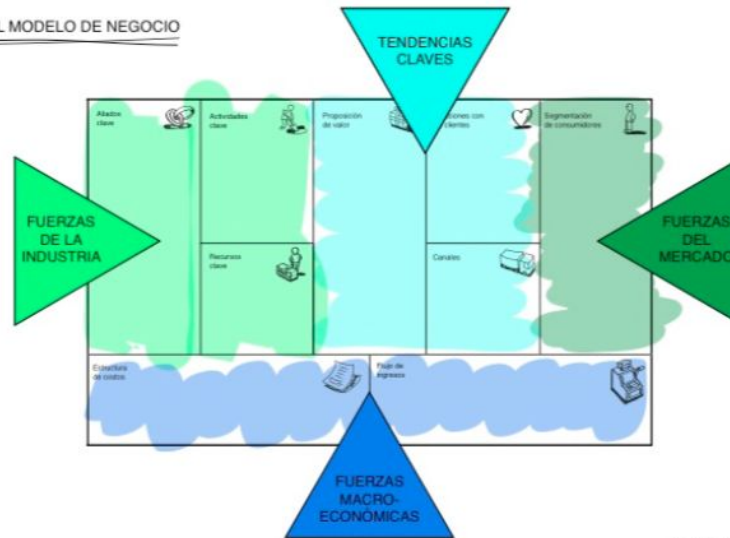
1.- Vigilancia

2.- Habilidad

Extranamie

(ojos de tur
3.- Centrarse en el Cliente

PANORAMA DEL MODELO DE NEGOCIO



FUERZAS DE LA INDUSTRIA
Suministros, cadena de valor, otros actores involucrados en el sistema ("stakeholders"), otros productos o servicios que surgen o que sustituyen.



TENDENCIAS CLAVES
Tecnología, regulaciones, aspectos sociales y culturales, características socio-económicas del mercado.



FUERZAS MACRO-ECONOMICAS
Mercados globales, infraestructura económica, otros recursos y productos existentes.



FUERZAS DEL MERCADO
Segmentación del mercado, necesidades y demandas que influyen en el modelo de costos e ingresos para la empresa.



google.cl

<https://www.google.cl/alerts>

Alertas - Google

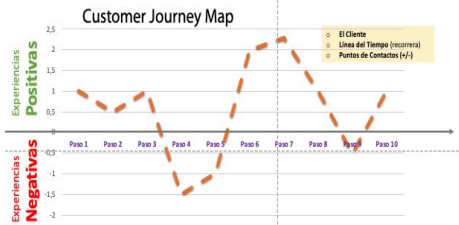
Supervisar la Web para encontrar...
al día como máximo. Una vez a...



Diagrama de Persona: Identifica al Cliente

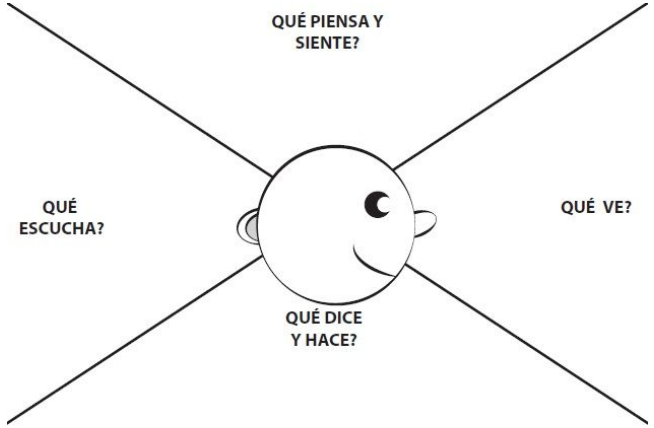
Identificar perfil del cliente y determinar ... ¿cuan doloroso es el problema?
(entre más doloroso, más ansará una solución)

HECHOS Información actual de tu cliente Objetivo	MOLESTIAS Estado ánimo de tu cliente con el problema <i>y que tu solución resolvería</i>
COMPORTAMIENTO Comportamiento de tu cliente ahora que todavía NO tiene la solución	OBJETIVOS Objetivos que tu cliente quiere lograr y que TU solución hará mejor



1

Mapa de Empatía



DOLORES

GANANCIAS

¿ QUÉ ?
¿ CÓMO ?
¿ POR QUÉ ?



2

Definición Problema

¿ Quién ?	NECESITA Una manera de	verbo
PORQUE		

Definición del problema

¿ Quién
?

NECESITA Una
manera de

verb
o

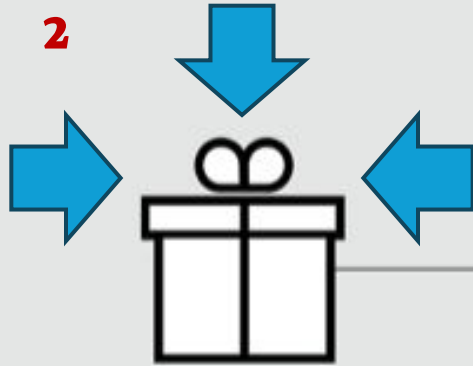
PORQU
E

Cómo vamos hasta aquí

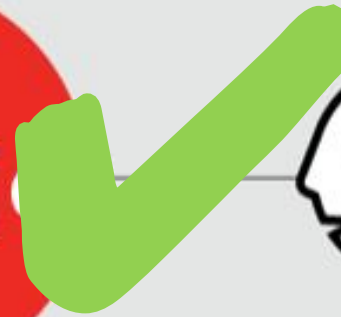
TALLER DÍA

YA VIMOS

2



Enc aje



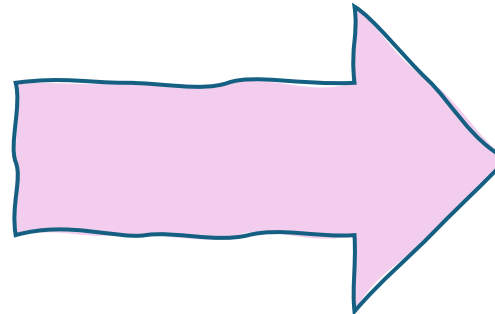
Crear valor

Observar a los clientes

El conjunto de **beneficios** de la propuesta de valor que **diseñas** para atraer a los clientes.

El conjunto de **características** del cliente que **asumes, observas y verificas** en el mercado.

Novedad
Rendimiento
Personalización
Demostrar un trabajo bien hecho
Diseño
Estatus de la Marca Precio
Reduccion de Costo
Reduccion de Riesgo
Accesibilidad
Conveniencia Usabilidad



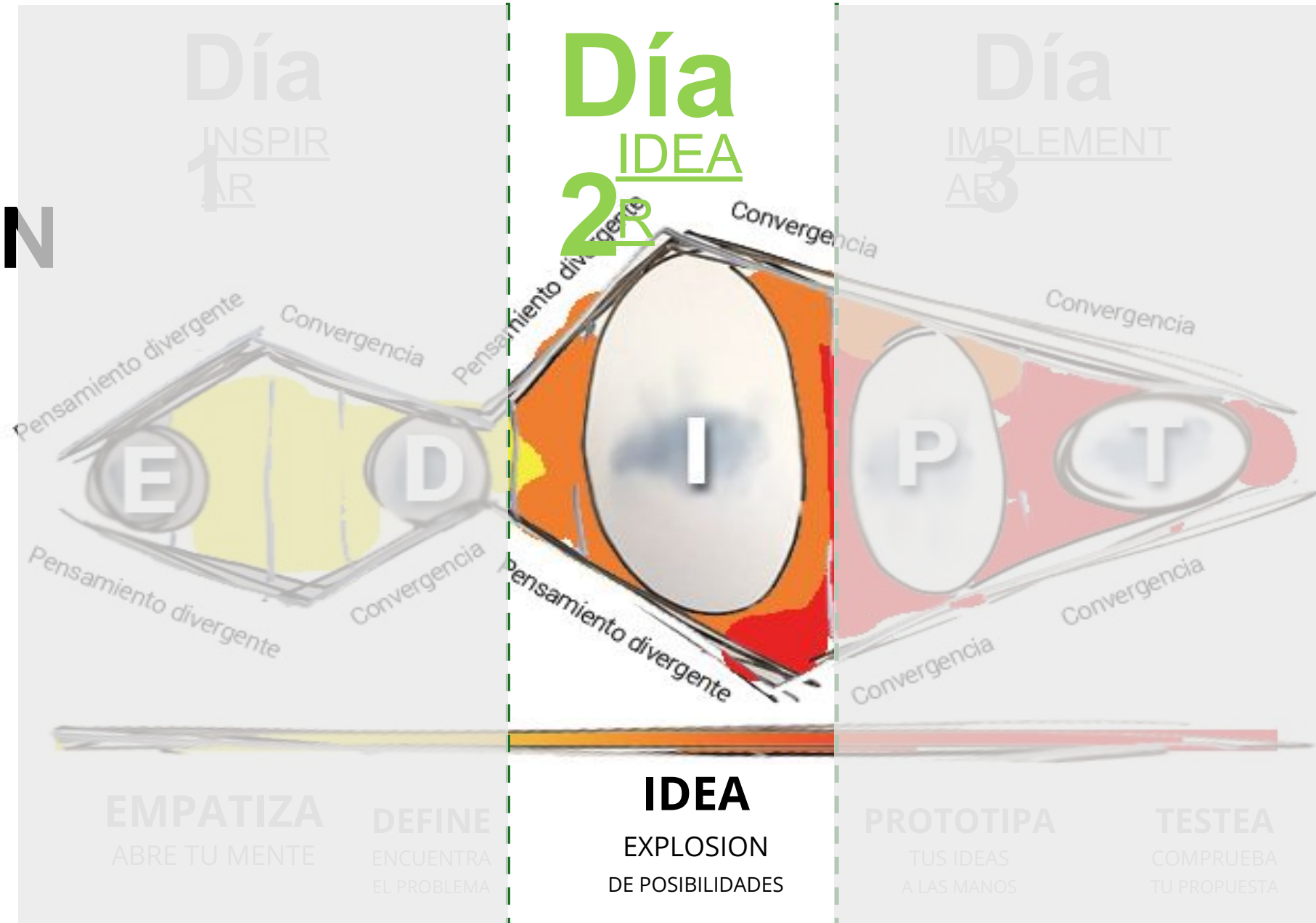
EMPATIZADO (Observado, escuchado, inmersión)
DEFINIDO (Interpretado, hallado insights)

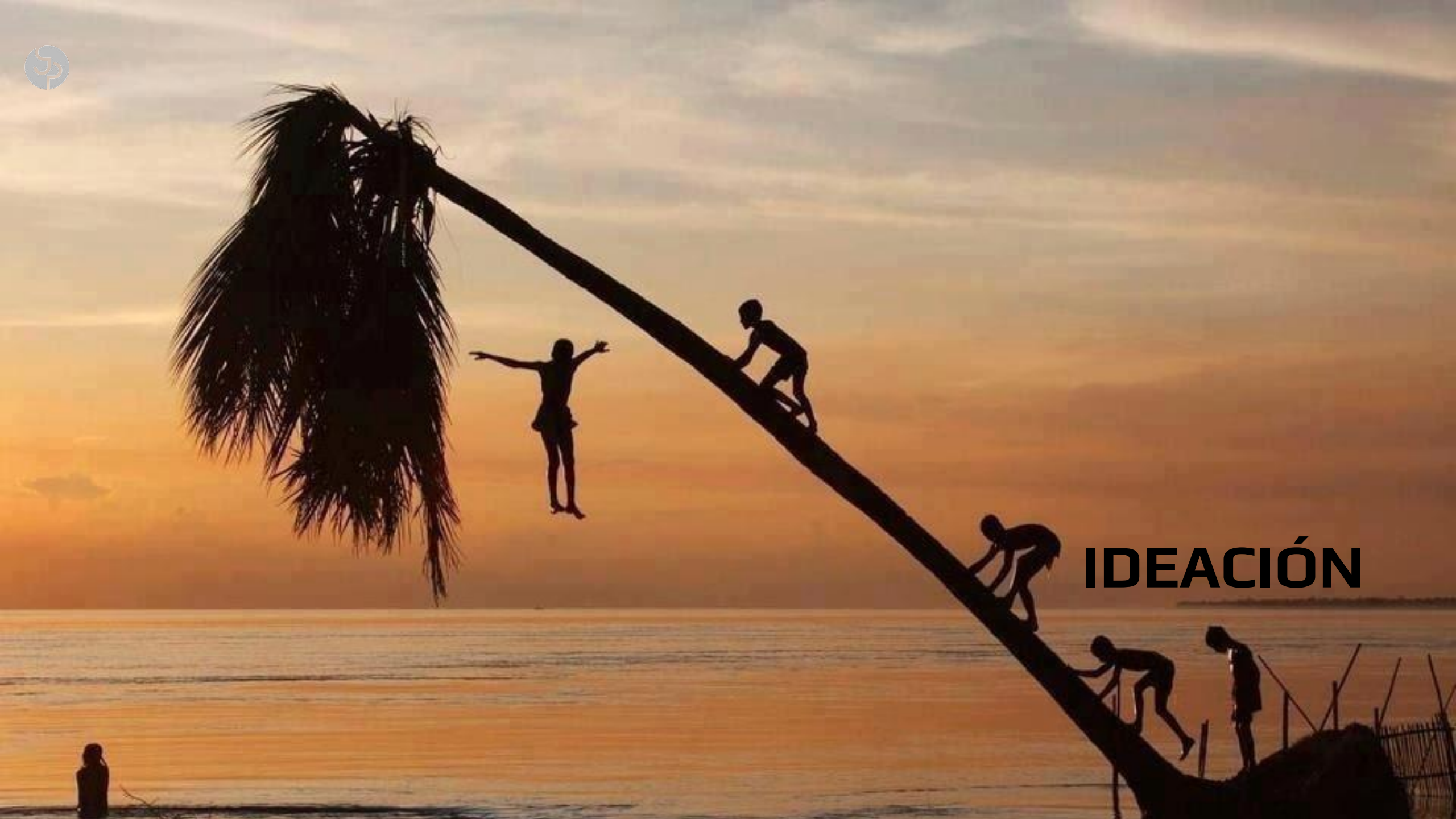
- ⇒ Hipótesis de Cliente
- ⇒ Hipótesis de Problemas
- ⇒ Hipótesis de Solución



PROCESO ACCELERACIÓN IDEAS

PROGRAMA





IDEACIÓN



¿DÓNDE ESTÁN?



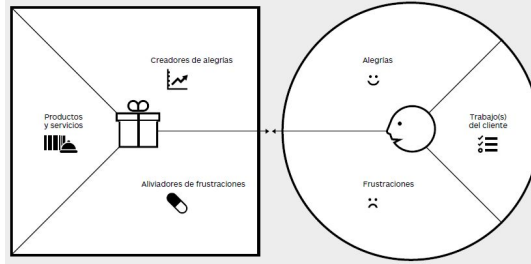




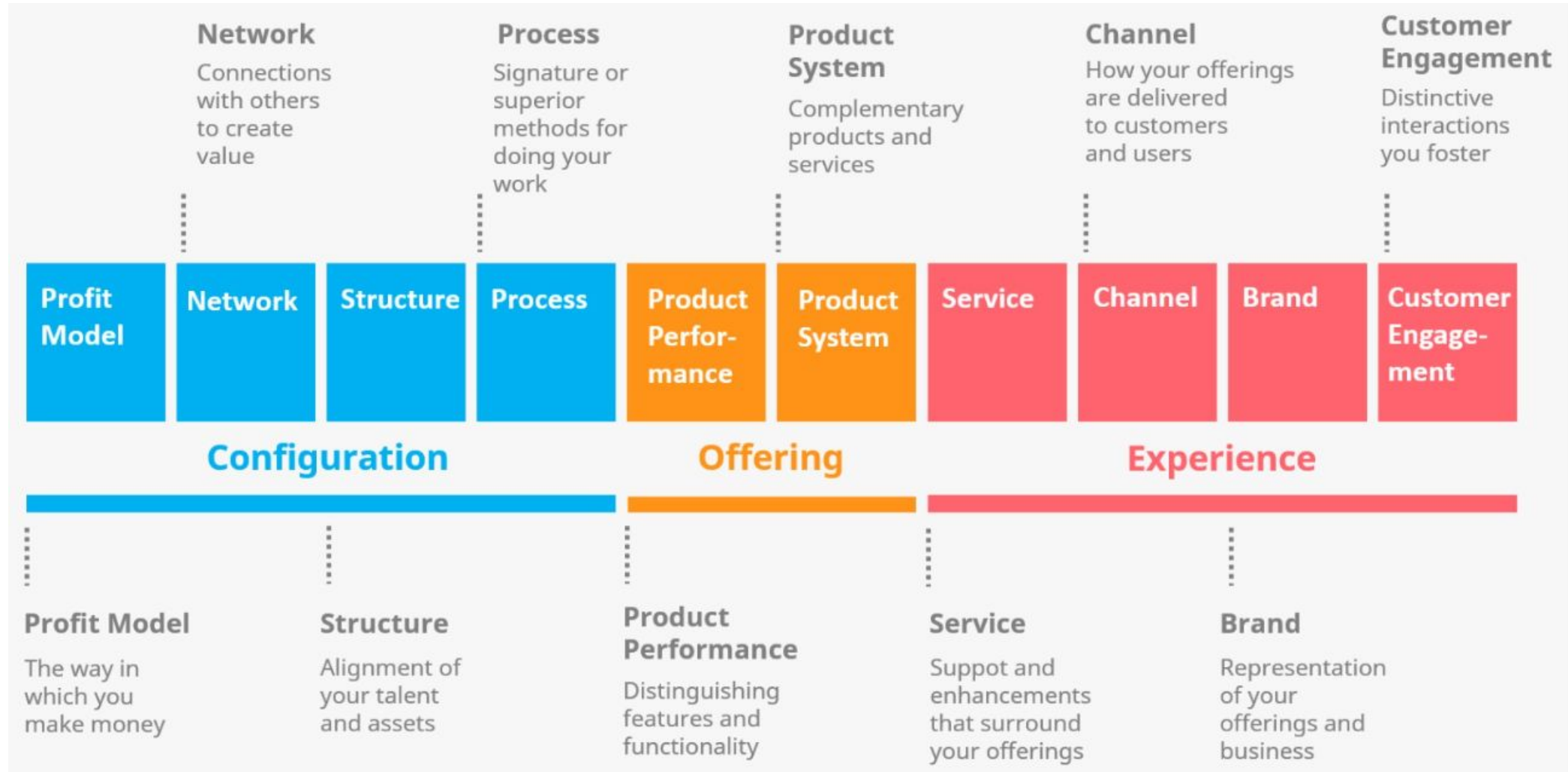
“SOLO CONECTAR”



IDEAR: MODELOS DE NEGOCIOS No PRODUCTOS

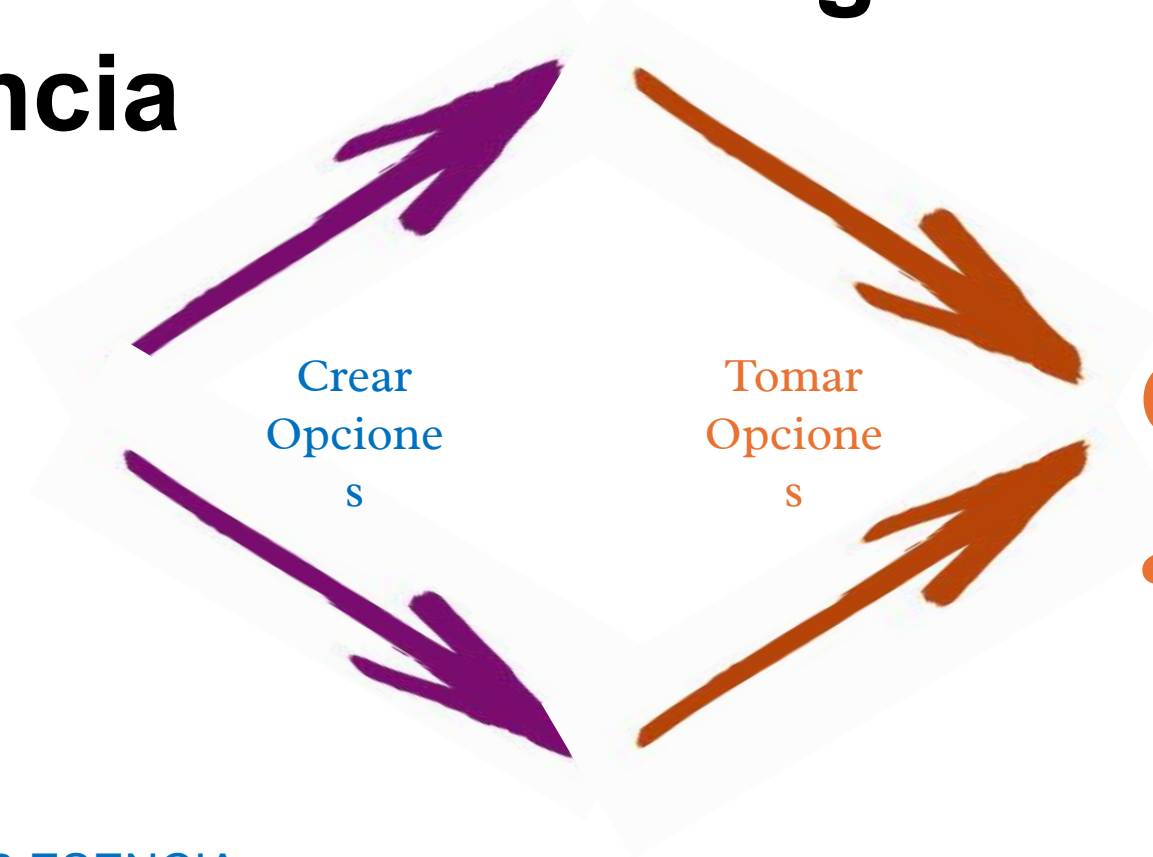


¿ En qué Innovar ?



IDEAR tiene 2 faces: Divergencia y Convergencia

Divergencia



Convergencia

Resumen de lo visto

SOMOS CREATIVOS POR ESENCIA
NECESITAMOS JUNTARNOS
DEBEMOS CONECTAR AMBOS
HEMISFERIOS
LA INNOVACIÓN ESTÁ EN TODOS
LADOS
ENFOCARSE EN EL MODELO DE



Las 7 Reglas del Brainstorming



Evite juicios



Construya en base a las ideas de los demás



Fomente Ideas locas



Focalícese en el Problema



Una conversación a la vez



Sea Visual



Construya muchas alternativas

...Una realidad





Pensamiento

Flores



VACIO

Mueren

No Mueren



TALLER DE PENSAMIENTO LATERAL

Taller 1: El panadero duerme mientras el pan se hace solo.

Taller 2: "Panadería 360: Más allá del Trigo"
El Concepto (2 min): Negamos la esencia del negocio.

Taller 3: "El Panadero Digital Invisible"
El Concepto (2 min): *¿Cómo gestionaría mi inventario y ventas si mi panadería fuera un aeropuerto?.*

SCAMP ER

S

C

A

M

P

E

R



inesperado?





Taller Divergencia

Proponer **6** opciones
de Solución
30 minutos

ELIJAN: 3 letras para aplicar a su negocio:

- **S - Sustituir:** ¿Qué pasaría si sustituyen el trabajo nocturno por procesos de fermentación en frío programada?. ¿O si sustituyen la venta presencial por suscripciones digitales?.
- **C - Combinar:** ¿Pueden combinar su sala de ventas con un punto de retiro para otros productos saludables?. ¿O combinar la producción de pan con servicios de maquila para terceros?.
- **A - Adaptar:** ¿Cómo adaptamos las tendencias de consumo saludable a nuestras recetas tradicionales para captar nuevos segmentos?.
- **M - Modificar / Magnificar:** ¿Qué pasa si magnificamos la trazabilidad de los datos para que el cliente vea el origen de cada insumo en tiempo real?.
- **P - Poner en otros usos:** ¿Cómo usamos el calor residual de los hornos para otros procesos o servicios? ¿Podemos usar el local en horarios de baja demanda para talleres de panadería?.
- **E - Eliminar:** ¿Qué tareas operativas que generan "cuellos de botella" podemos eliminar mediante la digitalización de la gestión?.
- **R - Reordenar:** ¿Qué pasa si invertimos el proceso y el cliente paga una suscripción antes de producir el pan, asegurando la sostenibilidad económica?

Definición del problema / Idea

Problema / Oportunidad

person
a

NECESITA Una manera
de

verb
o

PORQU
E

Formular Idea (Solución)

TITULO DE LA IDEA

Resume en un par de palabras la acción que busca generar tu idea.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Describe la problemática que estás intentando resolver. ¿cuál es el problema?, ¿para quién es problema? ¿qué evidencias existen?

PROPUESTA

Explica tu idea de manera sintética y detalla que debía hacerse para llevarla a cabo. Cuenta que elementos son necesarios para desarrollar la innovación propuesta.

BENEFICIOS

Explica de manera resumida que beneficios supone el desarrollo de tu idea. Justifica tu idea en base a que puede lograr para el desafío y la empresa al realizarla. Cuales son los beneficios directos.



Divergenci
a

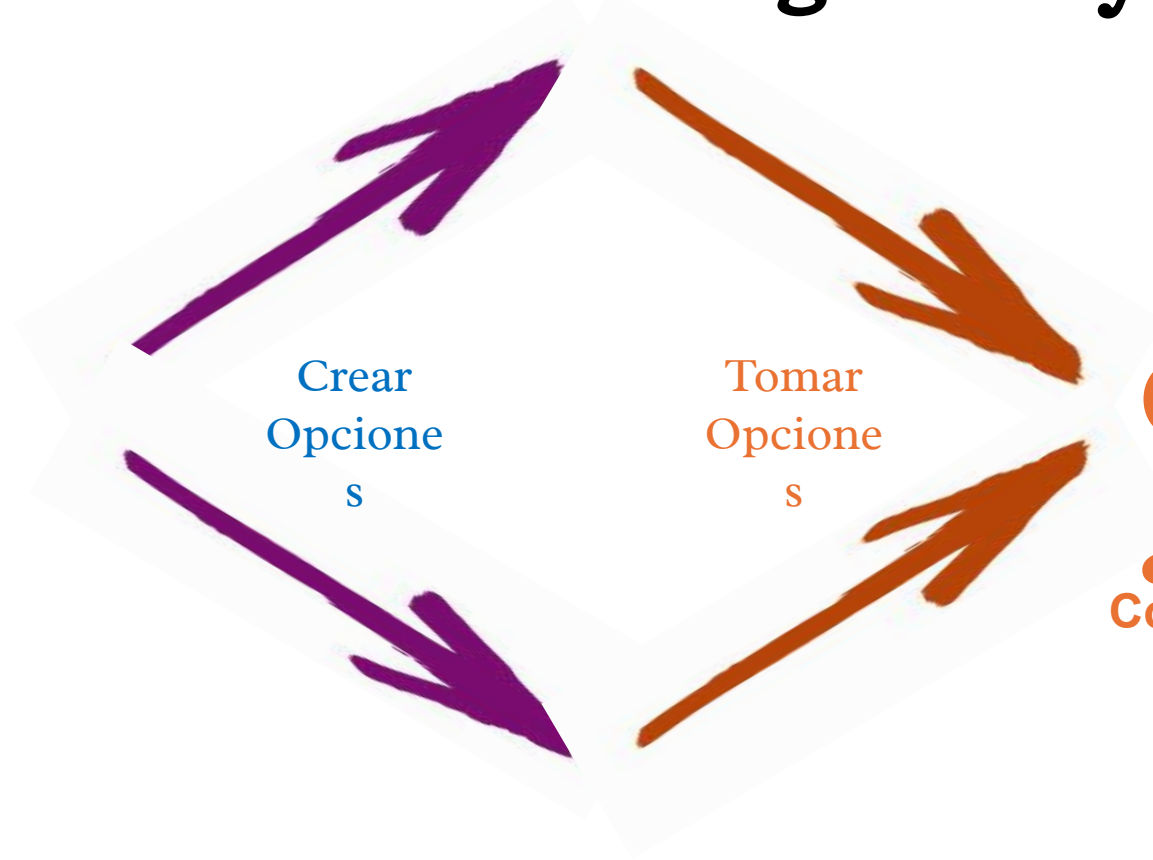
Crear
Opciones

**HERRAMIENTAS
IDEACIÓN**

DIVERGER

IDEAR tiene 2 faces: **Divergencia y Convergencia**

Divergencia



Convergencia

d
Concéntrate en pocas opciones
Alineación estratégica
Escalamiento
Competencias internas
Factibilidad de realizar
Modifica y refina opciones incompletas
Avanza sobre buenas ideas
¿Pagaría por esto el cliente? Hay Mercado?



Tomar
Opciones



Convergencia

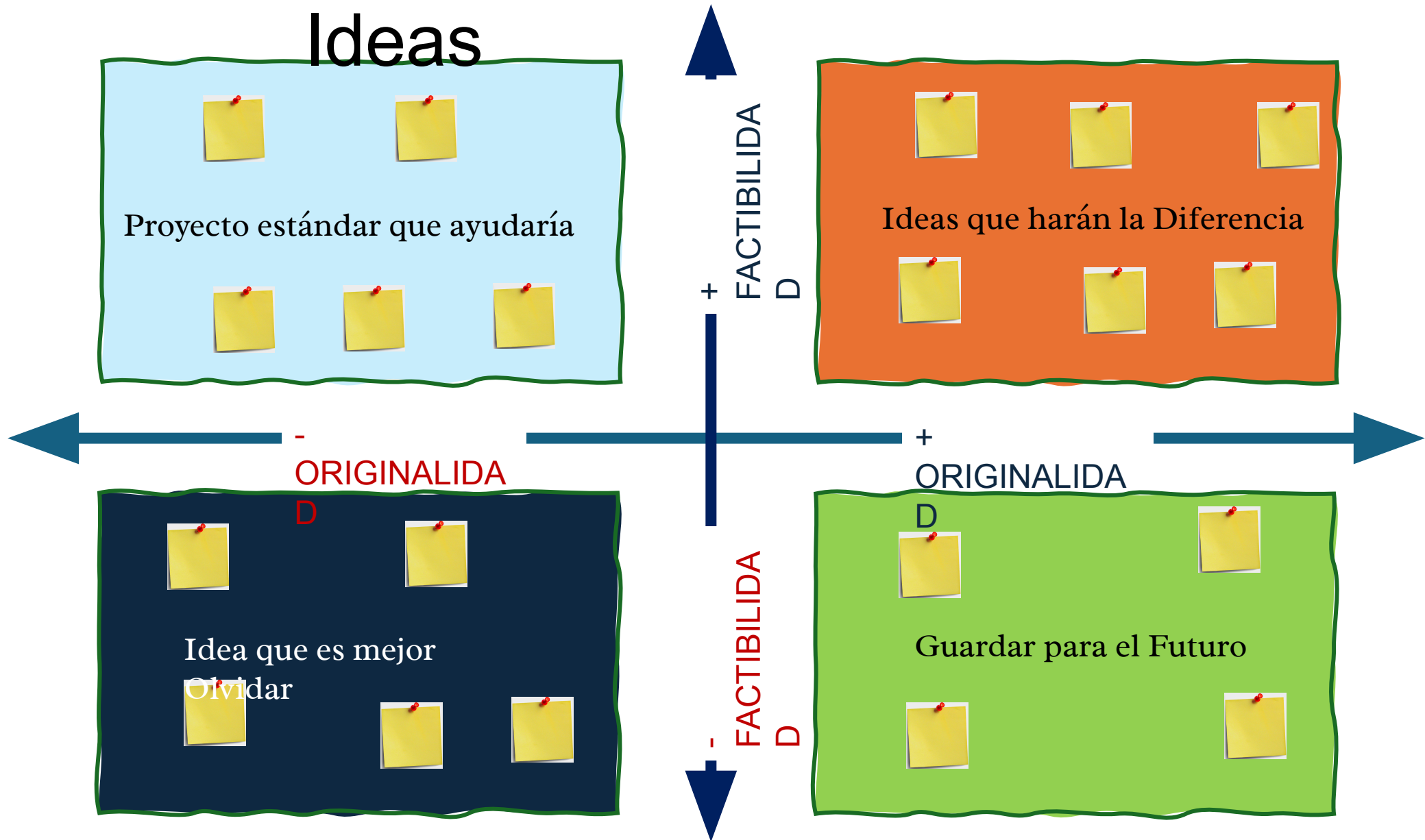
**HERRAMIENTAS
IDEACIÓN**

CONVERGER



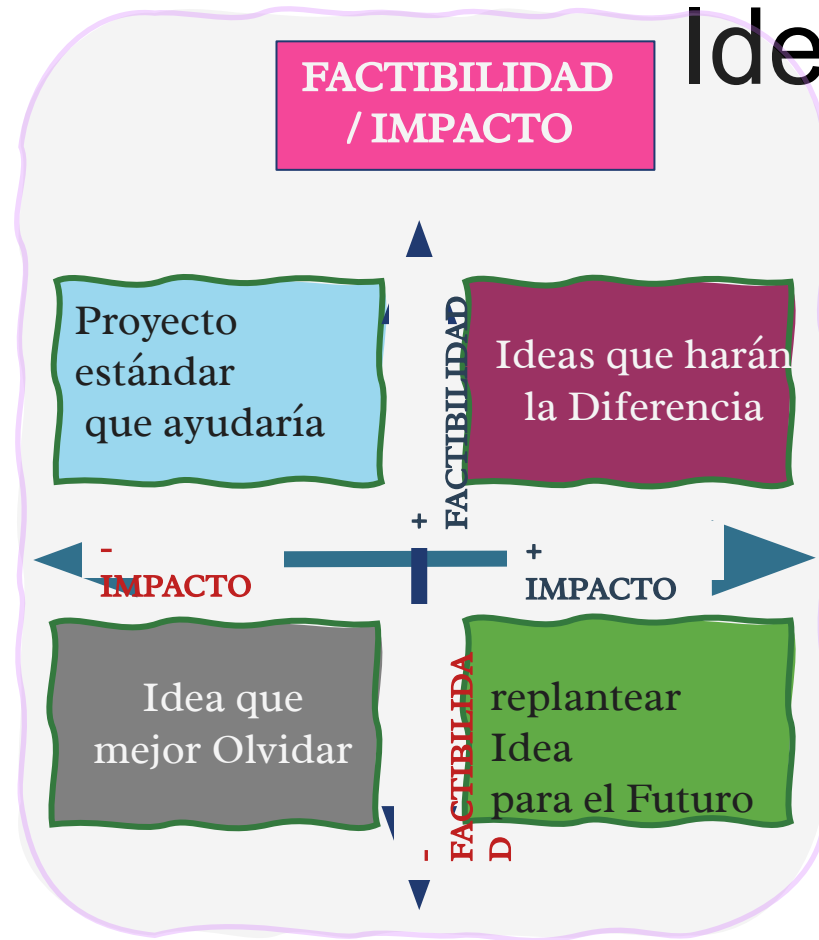


Matriz Clasificación de Ideas





Matriz Clasificación de Ideas



Algunas Variables a Considerar

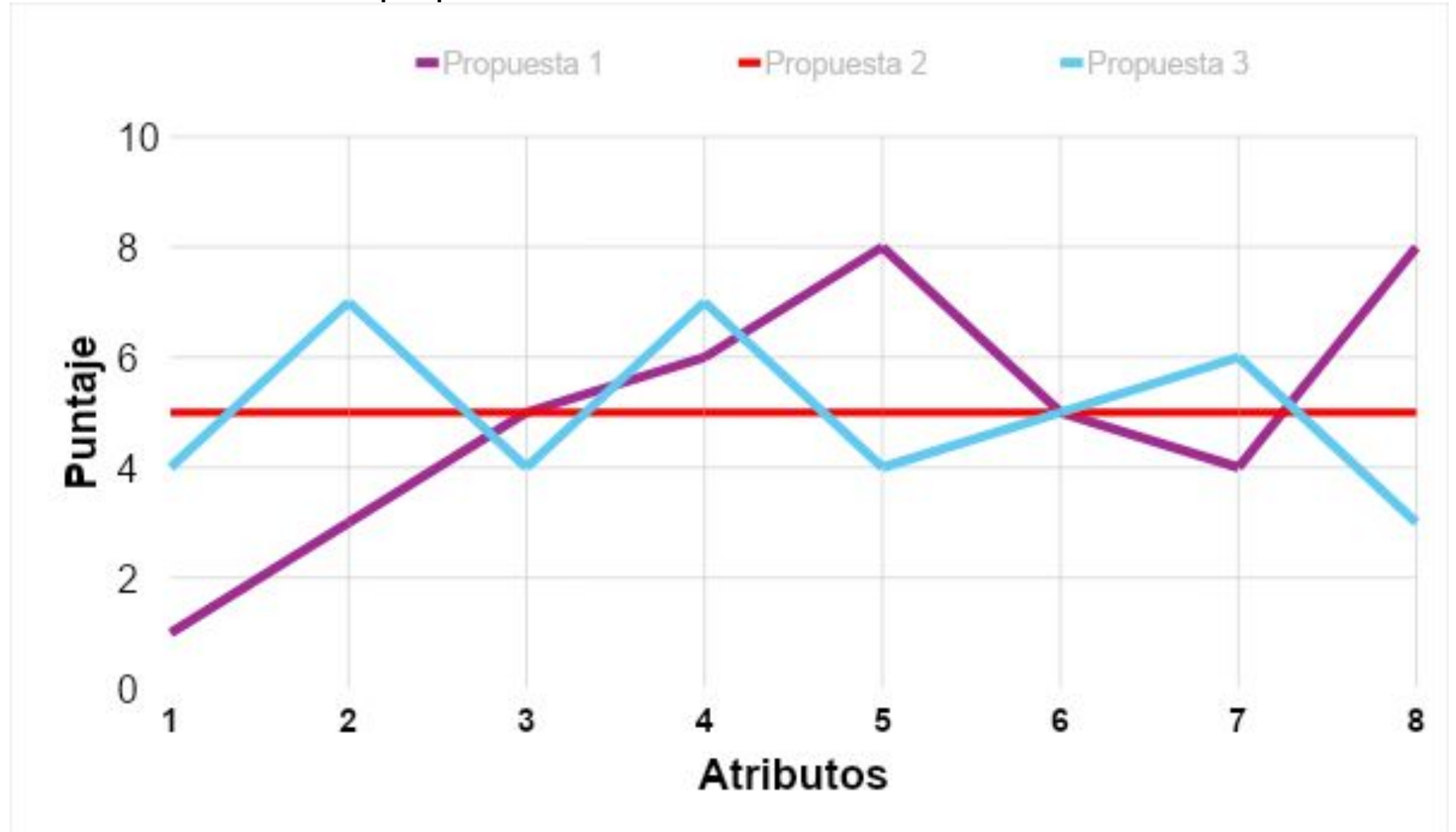
FACTIBILIDAD	IMPACTO	RIESGO	INNOVACION	ORIGINALIDAD	RETORNO
AD	O	O	N	AD	O



¿ Qué Propuesta de Valor es Mejor?

Las 3 propuestas tienen el mismo Valor Total

Comparación
n Propuestas



ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN

Matriz de ambición de la innovación

Desde la estrategia, se debe definir el nivel de ambición del portafolio de innovación, entendiendo el "¿dónde queremos competir?" y "¿con qué capacidades?", para saber diseñar la estructura.



Problema / Oportunidad

person

a

NECESITA Una manera

de

verb

o

PORQU

E

Formular Idea (Solución)

TITULO DE LA IDEA	Resume en un par de palabras la acción que busca generar tu idea.
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	Describe la problemática que estás intentando resolver. ¿cuál es el problema?, ¿para quién es problema? ¿qué evidencias existen?
PROPUESTA	Explica tu idea de manera sintética y detalla que debía hacerse para llevarla a cabo. Cuenta que elementos son necesarios para desarrollar la innovación propuesta.
BENEFICIOS	Explica de manera resumida que beneficios supone el desarrollo de tu idea. Justifica tu idea en base a que puede lograr para el desafío y la empresa al realizarla. Cuales son los beneficios directos.

Plantilla Lean Canvas por Benet Rins

1) Problema 1. Escribe el primer y más importante problema que quieres resolver. 2. El segundo 3. El tercero... ALTERNATIVAS 1. Escribe cómo están resolviendo tus early adopters esos problemas a día de hoy 2. Otra forma de resolverlo 3. Otra 4. Otra	4) Solución 1. Escribe la solución al problema 1. 2. Al problema 2. 3. Etc.	3) Propuesta única de valor (PUV) Redacta una frase única con tu propuesta de valor. Recuerda: PUV = beneficios esperados por tu cliente + tiempo que tarda en conseguirlos + un tratamiento de los "peros".	9) Ventaja Competitiva Injusta 1. Escribe qué te hace único.	2) Clientes 1. Describe el perfil demográfico de tus clientes. ROLES DE USUARIO: 1. Si tu producto tiene diferentes roles, descríbelos en este apartado... por ejemplo, usuarios, clientes, administradores...etc.	
7) Estructura de costes 1. Escribe la estructura de costes para sacar el coste mensual. Cómo consumes recursos. 2. COSTES MENSUALES: xxxx€ al mes			5) Canales 1. Escribe cómo contactas con tus clientes		
6) Flujo de ingresos 1. Cómo ingresas dinero. Escribe los precios, los tipos de productos y haz unos cálculos para saber cuanto ingresas al mes. 2. INGRESOS: xxxxx€ al mes 3. Calcula tu punto de equilibrio.					

PROPUESTA DE VALOR

- Declaración o promesa que una empresa u organización hace a sus clientes sobre el valor que recibirán al adquirir sus productos y/o servicios. Por lo tanto, es un aspecto fundamental para los usuarios y/o clientes respecto a las expectativas que se generan de forma interna.

Una propuesta de valor exitosa debe ser:

- **Clara:** que sea comunicada y comprendida de manera simple y efectiva.
- **Relevante:** que cumpla un rol importante para abordar el desafío y/o necesidad de los clientes y/o usuarios.
- **Creíble:** que genere confianza en que la solución cumple la promesa y expectativas generadas.
- **Atractiva para el público objetivo:** debe movilizar a los clientes y/o usuarios a comprar y/o adoptar la solución.

6. Producto / Servicio (La oferta final)

"Master-Baker Station": Un kit de equipamiento ergonómico y digital diseñado específicamente para micro-panaderías artesanales, que integra la gestión de ingredientes y control de temperatura en un solo metro cuadrado.

5. Beneficios (Valor entregado)

- **Garantía de calidad:** El panadero paga porque sabe que nunca más perderá una tanda de pan por culpa del agua.
- **Salud laboral:** Menos bajas médicas y empleados más felices (y productivos).
- **Optimización del tiempo:** Mateo puede dedicar esos 40 minutos extra a crear nuevas recetas.
- **Psicografía:** Valora la tradición por años) en panaderías de autor o madre.

4. Soluciones Potenciales (Lluvia de ideas)

- Instalación de un **dosificador de harina por gravedad** para eliminar la carga manual.
- Un **grifo termostático digital** que mezcle agua fría y caliente automáticamente a la temperatura deseada.
- Sistemas de **estanterías modulares** que bajen los moldes pesados a la altura de los brazos.

1. Objetivos (¿Qué busca?)

na estandarización perfecta de la madre sin errores térmicos.
el agotamiento físico para tener una sonal fuera de la panadería.
ar la producción diaria sin contratar sonal de inmediato.

Acciones (¿Qué hace hoy?)

- Carga sacos de 25kg manualmente desde el almacén hasta la zona de mezcla.
- Mide la temperatura del agua con un termómetro de cocina común, repitiendo el proceso varias veces.
- Organiza los moldes en estanterías altas para ahorrar espacio en el suelo.

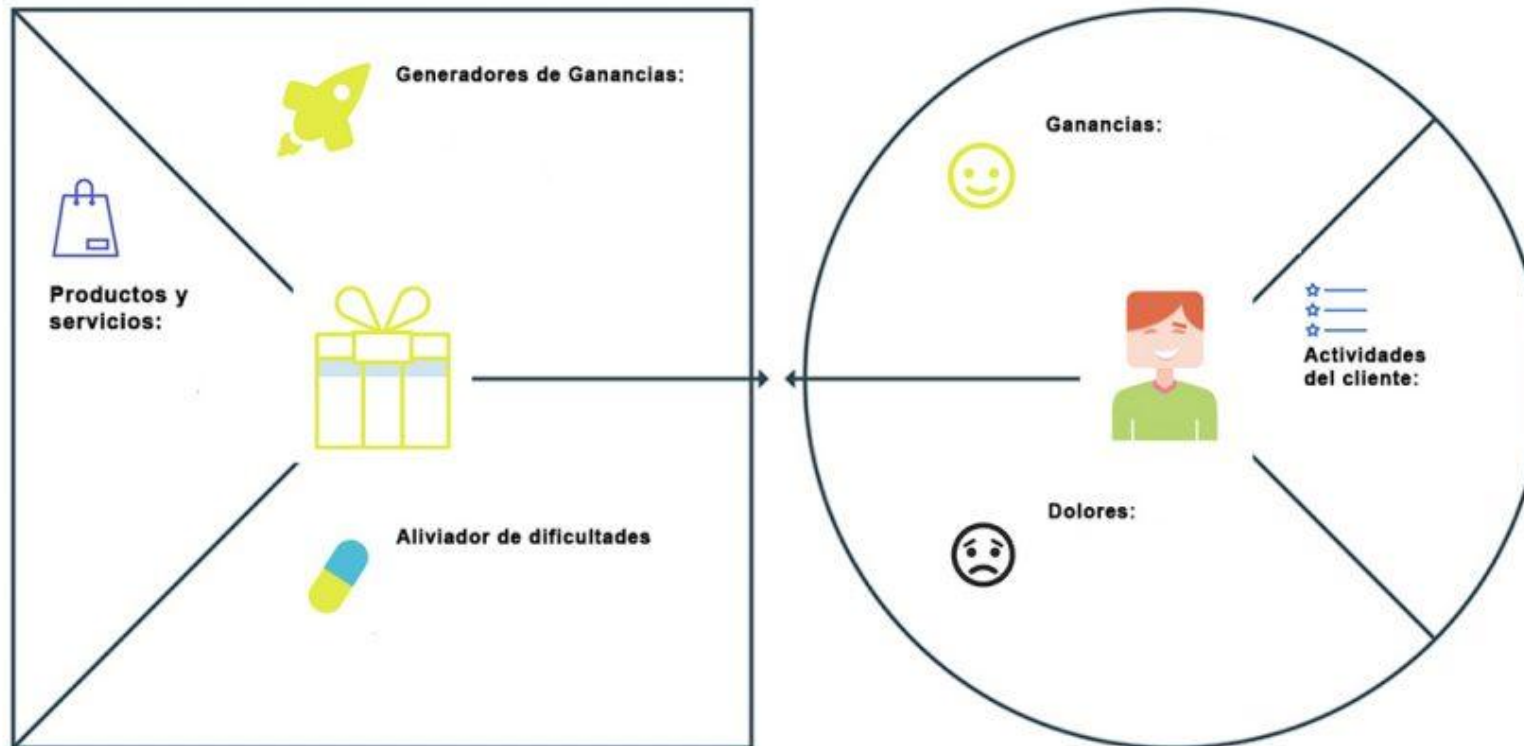
que no
cionista y
o sufre por

Problemas (¿Qué le duele?)

Dolores lumbares y fatiga crónica por el levantamiento de peso repetitivo.
Inconsistencia en el pan: A veces la masa se sobre-fermenta porque el agua no estaba a la temperatura exacta.

- **Pérdida de tiempo:** Gasta casi 40 minutos al día solo en traslados internos y mediciones manuales.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



El Lienzo de la propuesta de valor es una creación de Alex Osterwalder, adaptada en esta plantilla por Design Thinking España.

Tarea

Cada
Grupo

Debe hacer

PRIMER
PIVOTE



lean**startup**machine

Validation Board

Project Name:

Team Leader Name:

Track Pivots

Start

1st Pivot

2nd Pivot

3rd Pivot

4th Pivot

Customer
Hypothesis

*Tip: For two-sided markets,
always validate the riskier side first*

Problem
Hypothesis

*Remember:
Limit one sticky-note per box.
Write in ALL CAPS.
Do not write more than 5 words on any sticky-note*

Solution
Hypothesis

*Tip: Do NOT define a solution
until you've validated the problem*



Design Experiment

Tip: Clear all post-its from this area after each experiment is completed

Core Assumptions

Any assumption that, if invalidated, will break the business

**Riskiest
Assumption**

*Which Core Assumption has the
highest level of uncertainty?*

Method

*What is the lowest cost way to
test the Riskiest Assumption?*

*Choose: Exploration,
Pitch, or Concierge*

**Minimum
Success
Criterion**

*What is the weakest outcome
we will accept as validation?*

Results

**GET
OUT
OF THE
BLDG**



Invalidated

*If Invalidated, pivot at least
one Core Hypothesis*

Validated

*If Validated, brainstorm and
test the next Riskiest Assumption*

1

2

1

2

*Only put the Riskiest
Assumption from an
experiment in these boxes.*

*Record data &
learnings separately*

3

4

3

4

5

6

5

6



Repaso: Validation Board

 lean**startup**machine

Validation Board

Project Name:

Team Leader Name:

Track Pivots	Start	1st Pivot	2nd Pivot	3rd Pivot	4th Pivot
Customer Hypothesis	Tip: For two-sided markets, always validate the riskier side first 				
Problem Hypothesis		Remember: Limit one sticky-note per box Write in ALL CAPS Do not write more than 5 words on any sticky-note			
Solution Hypothesis	Tip: Do NOT define a solution until you've validated the problem				

Design Experiment

Tip: Clear all post-its from this area after each experiment is completed



Core Assumptions

Any assumption that, if invalidated, will break the business

Riskiest Assumption



Which Core Assumption has the highest level of uncertainty?

Method

What is the riskiest assumption to test?

Choose: Exploration, Pitch, or Concierge

Minimum Success Criterion

What is the weakest outcome we will accept as validation?

Results

GET OUT OF THE BLDG



Invalidated

If Invalidated, pivot at least one Core Hypothesis

Validated

If Validated, transform and test the next Riskiest Assumption

1	2	1	2
			
3	4	3	4
5	6	5	6

www.ValidationBoard.com

© 2012 Lean Startup Machine. You are free to use it and earn money with it as an entrepreneur, consultant, or executive, as long as you are not a software company (the latter need to license it from us).



lean**startup**machine

Validation Board

Project Name:

Team Leader Name:

Track Pivots

Customer Hypothesis

Dueños de panaderías artesanales que operan ellos mismos el MAESTRO.

Problem Hypothesis

La temperatura inconsistente del agua arruina tandas de pan y genera estrés diario.

Solution Hypothesis

Un grifo con termostato digital que entrega agua a la temperatura exacta programada.

Design Experiment

Tip: Clear all post-its from this area after each experiment is completed.

Panaderos profesionales, experiencia

"Los panaderos dispuestos a pagar \$300 USD por un grifo digital para ganar precisión"

Entrevistas a 10 dueños

7 de 10

Resulta que **no quieren un grifo nuevo** porque alquilan el local y no pueden hacer reformas de fontanería. Prefieren un dispositivo portátil que se conecte a su manguera actual

Los panaderos **sí** odian medir la temperatura manualmente. Les quita tiempo valioso.

Repaso:
Validation Board

Los panaderos consideran que la inconsistencia del agua es un problema grave, no solo un "detalle".

Están dispuestos a instalar un equipo nuevo en su fregadero

Track Pivots	Start	1st Pivot	2nd Pivot	3rd Pivot	4th Pivot
Customer Hypothesis	Tip: For two-sided markets, always validate the riskier side first				
Problem Hypothesis		Remember: Limit one sticky-note per box Write in ALL CAPS Do not write more than 5 words on any sticky-note			
Solution Hypothesis	Tip: Do NOT define a solution until you've validated the problem				

Taller

Validation Board

Design Experiment

Tip: Clear all post-its from this area after each experiment is completed

Ponerse de acuerdo 15 min

- HIPOTESIS CLIENTE
- HIPOTESIS PROBLEMA
- SUPUESTOS CRITICOS

Presentar su Caso

Riskiest Assumption

Which Core Assumption has the highest level of uncertainty?

Method

What is the lowest cost way to test the Riskiest Assumption?

Choose: Exploration, Pitch, or Concierge

Minimum Success Criterion

What is the weakest outcome we will accept as validation?

Results

GET OUT OF THE BLDG

Invalidated

If Invalidated, pivot at least one Core Hypothesis

Validated

If Validated, brainstorm and test the next Riskiest Assumption

1	2	1	2
3	4	3	4
5	6	5	6

Only put the Riskiest Assumption from an experiment in these boxes
Record data & learnings separately

