

LOGROS CREATIVOS

Presenta el 3º seminario para originar competitividad
y reinención en las organizaciones mexicanas



Seminario Innovación

Impartido por **Simon May**

Consultor en Estrategia e Innovación /Docente

Dirección Académica y coordinación: **Marea Saldarriaga**
Planeación y Desarrollo de negocios

Difusión: **CANTRA Fashion Mkt Consulting**

Ciudad de México

23 y 24 abril 2009

9:00 a 18:00 hrs

Librería Miguel Ángel Porrúa,
Amargura 4, San Ángel 01000

Cupo limitado

Informes e inscripciones:

Carlota de la Vega

tel. 55 56625333

cel. 55 41426779

fax. 55 56631127

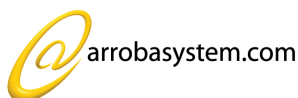
Marea Saldarriaga

cel. 55 1947 2031

Horario de atención de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 hrs

info@logroscreativos.com

www.logroscreativos.com



Logros creativos es una empresa fundada por Marea Saldarriaga en 2005 dedicada a la consultoría en la planeación y desarrollo de actividades empresariales y a la organización de cursos de capacitación de líderes empresariales, políticos y académicos con el fin de originar competitividad y reinención en las organizaciones mexicanas. Ahora presenta el tercer seminario en el tema:

Innovación basada en la comprensión del usuario

El eventose conformará por 30 profesionistas de alto rango. Los perfiles de la audiencia son: director de empresa, director de mercadotecnia, director creativo, estratega, consultor, gerente de marca, director de desarrollo de nuevos productos y líder académico.

Objetivo general y principales beneficios

Innovación ha sido un término utilizado en el contexto empresarial por años. La palabra se reemplaza por creatividad y ya que se utiliza en una gran variedad de contextos, su valor es comúnmente confundido, sin embargo la innovación estará siempre presente y será una de las herramientas que nos sacarán de la situación económica actual.

El mundo actual es un gran karaoke. Malinterpretar la obra original de alguien más.
Malcolm McLaren

Las reglas del juego han cambiado. De hecho no existen reglas. La innovación ya no se trata de diseñar lo que ya es si no crear lo que no existe; no solo una vez sino una y otra vez. El reto es, hacerlo de una forma sustentablemente a largo plazo.

El seminario te ayudará a entender los requisitos para implementar una plataforma de innovación desde la cual sea posible desarrollar y entregar nuevos productos y servicios que no son solamente diferentes sino relevantes para la audiencia meta.

Temario

- La diferencia entre innovación y creatividad
- Dónde comienza la innovación y donde están los cuellos de botella
- En qué parte de la organización entra la innovación
- Quién es responsable de innovación en la organización
- Cuáles son las barreras para la innovación dentro de la organización y cómo detectarlas
- Los elementos clave involucrados con innovación
- Cómo arrancar el proceso de innovación
- Toma de decisiones en innovación
- Identificar herramientas y técnicas para propiciar la innovación
- Entendimiento y utilización del ecosistema de innovación en la organización
- La comunicación requerida para administrar la innovación
- Midiendo y justificando tus actividades

Programa

Introducción

Por qué Innovación?

Introducción profunda en el tema. La diferencia entre creatividad e innovación, algunos de los mitos más populares de la innovación así como la importancia de la misma y el rol que juega en los negocios y en el gobierno. La importancia del campo académico para la innovación y el rol que juega la academia en la innovación.

Los requisitos básicos de la innovación

Se incluirán los elementos del liderazgo, cultura, gente (personal), entrenamiento, procesos, herramientas y el ecosistema que lo rodea. Abordará la necesidad de todos estos elementos y la interacción de los mismos. Se presentarán las consecuencias de un desbalance y se explicarán técnicas para remediar los errores en el sistema.

Gestión

Se cubrirá el rol de la gestión en el proceso así como la administración del proceso mismo. Se ligarán las situaciones culturales y se explicarán formas de apoyo para asegurar resultados, así como evitar sorpresas en el trayecto. Se sugerirán algunas reglas y comportamientos útiles.

Medición

Esto será clave para el manejo de expectativas, especialmente en los primeros días de un nuevo proyecto o proceso. El establecimiento de metas es difícil por lo mismo es importante que la información sea capturada y respaldada para planear el siguiente paso y justificar el mismo. La medición también será crucial para la mantención de cualquier programa de innovación y para propiciar un acercamiento sustentable.

Justificación

Afrontar temas de tiempos y presupuesto requerido para empezar cualquier proceso significativo, en la situación económica actual. Establecer las metas medidas en el paso anterior y alinearlas con el plan de negocio. Entender y utilizar los pequeños logros para construir y generar interés así como crear, desde el principio, fé en el nuevo sistema.

Comunicación

Incluirá la manera de manejar un sistema de comunicación alrededor de algo que es esencial para la ventaja competitiva y por lo mismo tradicionalmente se ha mantenido en secreto. Abarcará desde comunicaciones internas, comunicación con la audiencia externa hasta el reporte anual de la organización. También abarcará una introducción al aspecto de propiedad intelectual.

Propiciar innovación a largo plazo

El elemento final cubrirá el comienzo del proceso, gestionar y medir el proceso así como las personas que deben involucrarse. La comunicación requerida para administrar el proceso de innovación. Innovación basada en el entendimiento de la audiencia meta así como innovación abierta y las prácticas y tendencias más recientes presentes en el Reino Unido y Europa.

Los conceptos se ilustrarán a través de casos reales.

Lluvia de ideas para un plan de acción

Se le pedirá a los participantes que definan los temas que desean resolver y el grupo votará por 8 temas para desarrollar el segundo día. Cada participante liberará su potencial de innovación aplicando los conocimientos y trabajará en el desarrollo de una plataforma de innovación que resolverá las inquietudes personales. Esta plataforma incluirá áreas clave para propiciar la innovación como:

- La comunicación requerida para administrar la innovación
- Apropiación de nuevos procesos
- Personas responsable de innovación en la organización
- Definición de los elementos clave involucrados con innovación
- Herramientas y técnicas para innovar

Simon May

Consultor/Educador en Diseño, estrategia e innovación

BA (Diseño de Producto en 3D) MA (Estrategia de Diseño e Innovación), FCSD FRSA MloD

Actualmente, Simon trabaja como estratega del diseño y asesor de innovación en un variado tipo de empresas que incluye desde nuevos proyectos y pequeños negocios hasta grandes corporaciones y entidades del sector público.

En fechas recientes, asesoró a una nueva empresa de servicios, en la planeación y desarrollo de sus actividades, así como la captación de recursos con instituciones financieras privadas y capitalistas interesados en la inversión y operación de la misma.

Simon ha trabajado como asesor independiente de numerosos negocios abarcando una variedad de giros. Esta asesoría incluye proyectos de consultoría estratégica, desarrollo de mercados, capacitación, desarrollo y entrenamiento en disciplinas como gestión del diseño, diseño estratégico e innovación. El objetivo de la consultoría, orientado al desarrollo de nuevas ideas tanto de producto como de servicio para colocarlos en el mercado de la manera mas eficientemente posible.

Simon inició su carrera como Diseñador Industrial en el sector de aviación, electrónica e ingeniería. Trabajó como Director de Marca y de Nuevos Productos en Olympus Optical, en la división de fibra óptica atendiendo Europa, Medio Oriente y Estados Unidos. Realizó una Maestría en Diseño Estratégico e Innovación en la Universidad de Brunel y en forma simultánea se desempeña como consultor de negocios en Coopers y Lybrand.

Participó en la privatización de Anglian Water así como la transformación de Levi Strauss en Europa. Se separó para formar su propia empresa de consultoría en 1995 a fin de, en representación

de Coopers and Lybrand, desarrollar proyectos de innovación, estrategia de marca y gestión de diseño en el Royal Mail y Rover Group. Ha colaborado con clientes que incluyen M&G, Visa International, Design Council, Cable and Wireless, IBM, Virgin Atlantic, Middlesex University, Central Office of Information, Enterprise Oil, Orange, Institute of Chartered Accountants, Wilkinson Swords, Croner CCH, The Patent Office y Prudential.

Además de haber colaborado durante seis años con el Royal Mail como asesor en gestión de diseño, ha diseñado una variedad de herramientas de marca interactivas, asesorado en el desarrollo de sistemas de gestión de recursos y desarrolló cursos de entrenamiento internos y talleres de gestión de marca y técnicas de innovación.

REGISTRO

Precio por persona:

\$4,000.00 m.n. + IVA

Incluye:

Carpeta con contenido del curso en ambos idiomas

CD con material de estudio

Certificado de asistencia

Coffee break continuo y comida

Cocktail de clausura (de 18:00 a 21:00 hrs)



DETALLES DE PAGO

Numero de cuenta: Hacienda Amanalco S.A. de C.V.

Tu referencia: NOMBRE/ORGANIZACIÓN

1. Depósito bancario: Banco HSBC Cta. 40-2229-0035

2. Transferencia Electrónica CLABE: 021540040222900351

Una vez realizado tu pago, por favor llena la forma de registro con tus datos en el sitio: www.logroscreativos.com o envía la ficha de depósito via fax al 55 56631127 o al email info@logroscreativos.com con nombre del participante, fecha y teléfono.

El seminario se limita a un grupo pequeño para brindar una experiencia enfocada e interactiva. Si estás interesado, no esperes mucho para registrarte. El registro cerrará el 14 de abril.