

A close-up photograph of a blue and yellow striped fabric with a dark circular hole in the center. The stripes are slightly blurred, giving a sense of depth and texture. The lighting is soft, highlighting the texture of the fabric.

Lexia

Investigación Cualitativa

LA INNOVACIÓN ES MUJER Y TIENE CURVAS

**Taller de innovación: reinventando
la investigación**

- El taller lo hacen ustedes
- Es importante interactuar con sus colegas
- Por eso es un taller y no una ponencia
- Si no interactúan no hay taller



ORGANIZACIÓN

- Vamos a numerarnos del 1 al 10
- Después todos los 1 se sentarán en la misma mesa y así consecutivamente
- Esos serán sus equipos de trabajo y creación a lo largo del taller
- Escojan a un vocero

LISTOS???

BIENVENIDOS!!!!!!!!!!!!!!



Ejercicio 1

Cada persona diga una característica de la innovación

Las iremos anotando en un rotafolio



Están seguros que estaban describiendo a la
innovación?

Lo que dijeron también es

= mujer



Ahora veremos algunas de las características que usualmente se confieren a las mujeres ...



Algunas características de la MUJER

- Compleja
- Ambivalente
- Contradictoria
- Incomprensible
- Seductora
- Versátil
- Dinámica
- Creadora
- Creativa
- Multifacética
- Dinámica
- Inspiradora
- Vanidosa
- Conquistadora
- Dual
- Caprichosa
- Transformadora
- Enigmática
- Irresistible
- Misteriosa

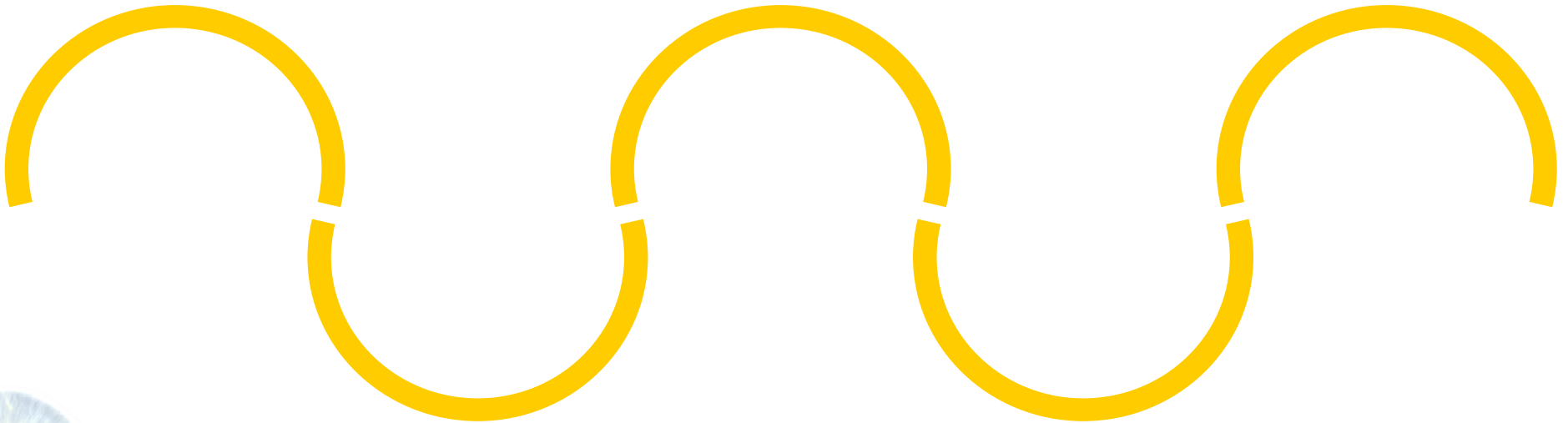
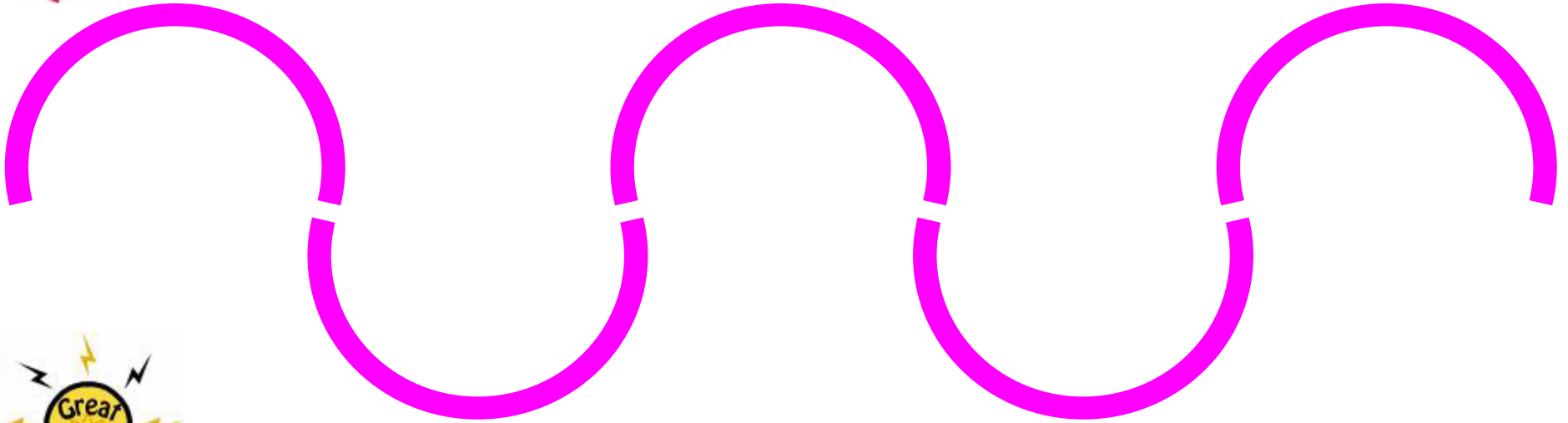


Y LA INNOVACIÓN COMO LA MUJER...

TIENE CURVAS

Pero no
de estás





Pero andar un camino sinuoso no siempre es fácil



Es necesario tener elementos para conquistarlo

Toda innovación parte de un cambio de perspectiva, por eso no es un camino recto, se modifica lo conocido



- ESE ES EL PRINCIPIO DE LA ESTRATEGIA BLUE OCEAN, UNA DE LAS TEORÍAS EN BOGA PARA ABORDAR LA INNOVACIÓN
 - NUESTRO RETO ES REINVENTAR LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MÉXICO
 - Y UNA BUENA FORMA DE HACERLO ES ENCONTRAR UN BLUE OCEAN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



¿Qué es un blue ocean?

RED OCEAN STRATEGY	BLUE OCEAN STRATEGY
Competir en un espacio existente del mercado	Crear un espacio no peleado del mercado
Vencer a la competencia	Hacer que la competencia sea irrelevante
Explotar la demanda existente	Crear y capturar nueva demanda
Establecer la ecuación buen costo-beneficio	Romper la ecuación costo beneficio-
Alinear todo el sistema de las actividades de la compañía con su decisión estratégica de su diferenciación o bajo costo	Alinear todo el sistema de las actividades de la compañía para alcanzar la diferenciación y el bajo costo



**¿QUEREMOS ENTONCES NADAR EN UN
OCEANO ROJO? LLENO DE TIBURONES
DONDE ENTRE COMPETENCIA SE
DESTAZAN?**



O ¿QUEREMOS NADAR EN UN OCEANO TRANQUILO Y AZUL, PROSPERO Y LLENO DE VIDA?

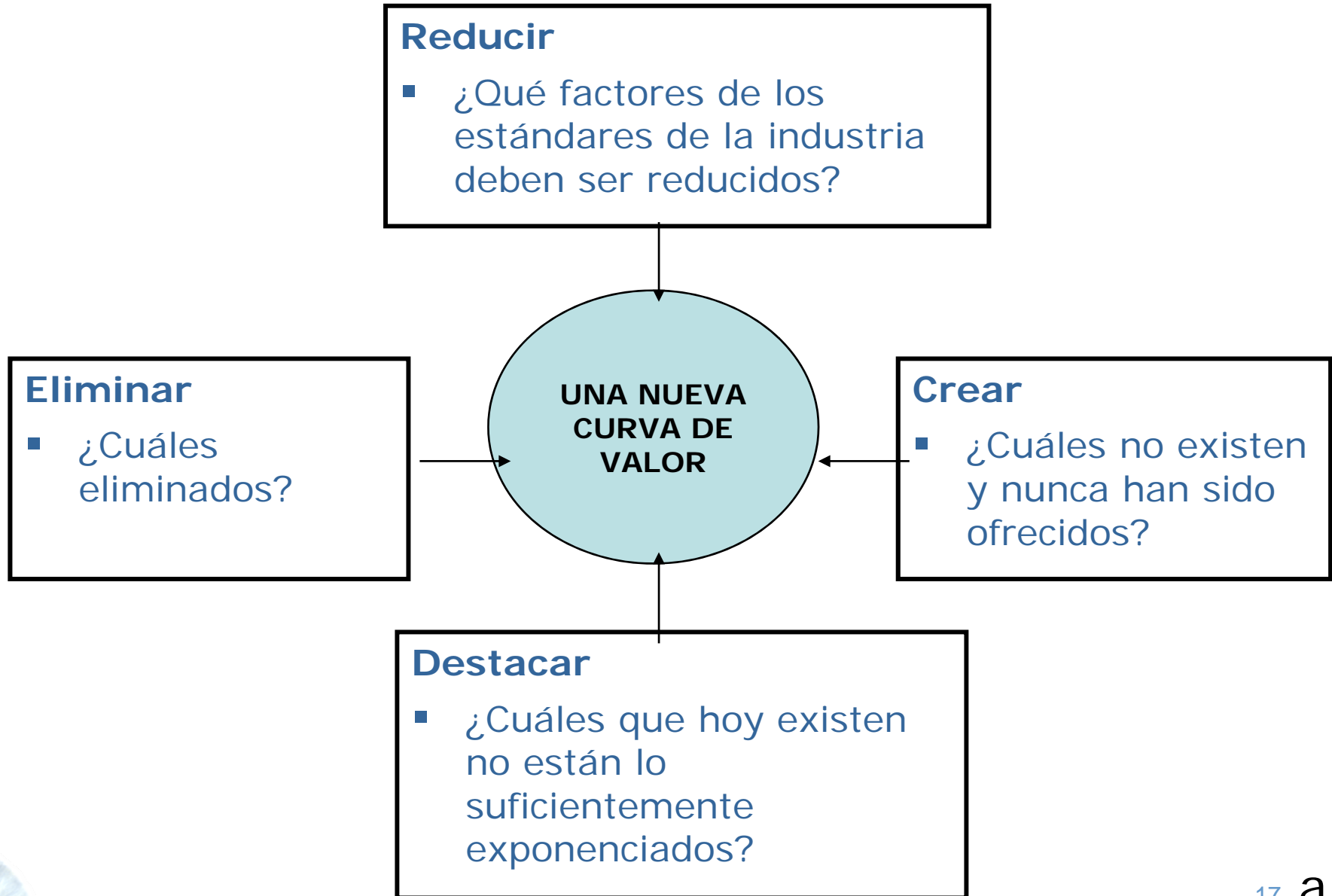


Los seis principios

- Reconstruye las fronteras del mercado
- Enfócate en el bosque, no en los arbolitos
- Llega más allá de la demanda existente
- Obtén la secuencia estratégica correcta
- Rebasa las líneas organizacionales clave
- De la ejecución ve a la estrategia



¿Cómo hacerlo? 4 ACCIONES



Ejercicio 2

- Intentaremos crear un Blue Ocean al interior del mundo de la investigación de mercados
- Cada equipo podrá centrarse en el área o tema de la investigación que establezcan (herramientas, operación, metodología, etc).
- Después cada equipo presentará los puntos que hay que trabajar como parte de una estrategia Blue Ocean. Los demás dirán si están de acuerdo o no.



Ejercicio 3 – dramatización

- Pensar cómo conquistar la innovación
- Dos personajes: el Conquistador y la - Innovación
- Acordar cómo conquistarla
- Hacer el guión
- Escoger a los actores
- Presentarla a la audiencia
- Aplaudir




¿Gracias!

Lexia

Investigación Cualitativa



Formamos parte de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI) y contamos con la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México).

 (55) 9150.5400

 lexia@lexia.com.mx

 www.lexia.com.mx