



## GESTIÓN ÁGIL PARA EMPRESAS Y EQUIPOS

Lean startup, design thinking y scrum en la gestión de empresas, personas y proyectos.

Duración: 2 días

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: Manager de áreas y/o directores de unidades de negocio.

Directores de negocio.

Directores y jefes de proyectos.

Directores de Gerentes y Pymes.

Jefes de producto o proyecto.

Responsables de innovación.

Ref: 1804

Precio: 990 € (exento de IVA)

**Objetivos:** Adquirir una visión global de la filosofía Agile y su impacto en toda la organización desde la perspectiva del contexto en el que operan hoy las empresas: el contexto de complejidad. El impacto en la empresa, en los procesos y en las personas. La relevancia del trabajo colaborativo en la empresa actual. La visión del Management 3.0 y tendencias organizacionales de última generación tales como la holocracia o la sociocracia.

Conocer aplicaciones prácticas de los principios Lean: Lean Startup. Entender la importancia, clave en la gestión hoy en día, del producto mínimo viable, la generación prototipos, el aprendizaje y la oportunidad de pivotar para mejorar una versión de producto a escalar.

Conocer alguna de las herramientas clave para el Visual Thinking: Design Thinking, pensamiento de diseño, la metodología que aplican los diseñadores para resolver problemas de clientes de manera innovadora poniendo al cliente en el centro de todo el proceso.

Gestionar proyectos de manera ágil con la metodología reina: SCRUM, su origen, conceptos, principios y sus elementos: artefactos, eventos y roles.

Aprender las metodologías que permiten a las empresas dar respuesta a la inmediatez que pide el mercado y conectar con su cliente. Descubrir las herramientas y los procesos pensados para optimizar los recursos, los tiempos y el esfuerzo con Lean, Agile, Scrum y Design Thinking.

Con esta formación podrás adquirir una visión del trabajo colaborativo, de la gestión ágil de proyectos y de cómo impulsar la innovación poniendo al cliente en el centro de todos los procesos.

### Programa de la formación

#### 1. Contexto para una gestión ágil de la empresa y los equipos

- La complejidad como marco de trabajo de las empresas.
- Una nueva concepción de la empresa, la reinención de las organizaciones. La empresa colaborativa.
- El modelo de gestión propuesto desde el Management 3.0.
- Nuevos modelos organizativos en la empresa: sociocracia y holocracia.

#### 2. La mente innovadora: un modelo de gestión lean (Lean Startup): diseñar y validar modelos de negocio

- Los antecedentes de los modelos Lean, el Toyotismo y su alcance en la gestión de la empresa. Toyota Kata.
- La metodología Lean (7+1) y los principios Lean. Marco: el Canvas de Modelo de Negocio.
- Desarrollo del modelo: Crear-Medir-Aprender. Producto Mínimo Viable (PMV). Pivotar.
- Lean Sales. Ventas Lean. Aplicación del modelo al área comercial.

#### 3. Metodologías para la innovación: el pensamiento de diseño, Design Thinking

- Que es el pensamiento de diseño y su valor para innovar.

- Los modelos generales de pensamiento de diseño (proceso de Design Thinking): las propuestas del British Design Council y de la Stanford University.
- Design Thinking, movimiento 1: identificar - descubrir y definir.
- Design Thinking, movimiento 2: resolver - crear y evaluar.

#### 4. Gestionar proyectos y equipos de manera ágil con SCRUM

- Entender los roles de los participantes en un proyecto SCRUM.
- El marco general de trabajo (framework): la vida de un Sprint.
- Los artefactos clave de Scrum: el Product Backlog y la iteración de productos desde el PMV.
- Los eventos clave de Scrum: el equipo (Scrum Team) aprende en la retrospectiva.

#### Advantages

- Conocer los principios del desarrollo Ágil y de las empresas [sin desperdicios] o Lean.
- Saber por qué Scrum es una forma efectiva de organizar equipos y cómo aplicar sus tres pilares básicos: transparencia, inspección y adaptación.
- Conocer cómo gestionar proyectos en equipo con Scrum mediante tableros visuales.
- Aprender técnicas de gestión del tiempo que harán que seas más productivo y que acabes la jornada menos cansado y sin estrés.
- Gestionar equipos de manera altamente eficiente y productiva.

## Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 1804

### Madrid

04 Mar - 05 Mar 2019

27 May - 28 May 2019

02 Oct - 03 Oct 2019

### Barcelona

08 Abr - 09 Abr 2019

09 Oct - 10 Oct 2019



## DESIGN THINKING PARA INNOVAR

Innovación de productos y servicios centrada en el cliente

Duración: 2 días

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: Personas a cargo de un proyecto de innovación.  
Responsables de desarrollar la innovación.  
Jefes de proyecto para el desarrollo de nuevos productos y servicios.  
Responsables de marketing y o product managers.

Ref: 8865

Precio: 990 € (exento de IVA)

Objetivos: Aprender la metodología de un proceso de design thinking.  
Descubrir los 6 pasos del proceso de design thinking.  
Entrenarse con herramientas de design thinking en cada una de las etapas.

El design thinking es una metodología innovadora que consiste en inspirarse en la forma de pensar de los diseñadores para innovar en todos los campos. Permite crear o desarrollar productos y servicios con el objetivo de satisfacer plenamente la necesidades de los usuarios, haciéndolos parte activa del proceso de creación.

El design thinking se basa en 3 pilares:

Empatía para poner al cliente en el centro de la innovación, detectar sus motivaciones profundas y anticipar sus necesidades.

Creatividad para buscar ideas originales que realmente satisfagan las necesidades del cliente.

Creación de prototipos para acelerar la curva de aprendizaje, enfrentar al cliente rápidamente con las soluciones propuestas y reducir los riesgos.

### Programa de la formación

#### 1. Fundamentos de la metodología

- Comprender el cambio de paradigma del design thinking.
- Ubicar el design thinking junto con las metodologías de innovación (lean startup, agile).
- El design thinking en 6 etapas.

#### 2. La empatía con el otro

- Trabajar la empatía del cliente con 4 herramientas:
  - La persona o usuario.
  - El mapa de experiencia del cliente.
  - El planteamiento de preguntas.
  - El mapa de la empatía.
- Puesta en práctica de las herramientas de empatía.

#### 3. Definir la necesidad

- Practicar 3 herramientas para definir la necesidad:
  - Saturar y agrupar
  - El ángulo de ataque
  - La pregunta paradójica.
- Definir el reto a resolver para satisfacer las necesidades del cliente.

#### 4. Idear e imaginar

- Desarrollar una sesión de creatividad.
- Practicar las 4 herramientas de creatividad:

- Calentamiento.
- Brainstorming.
- Bucle creativo.
- Orden y selección de ideas.
- Puesta en práctica de generación de ideas.

## 5. Prototipo y testeo de la solución

- Hacer un prototipo de la solución.
- Construir el pitch de la innovación.
- Construir el protocolo de prueba.
- Colocar al cliente en el centro del proceso de la prueba con dos herramientas:
  - Los 3 verbos de valoración.
  - La matriz de opiniones.

## Advantages

- Un taller dinámico para poner en práctica la metodología sobre un caso concreto.
- La animación de una sesión de creatividad como núcleo del proceso.
- Ser capaz de implementar la metodología para innovar en productos y servicios.

## Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 8865

### Madrid

18 Mar - 19 Mar 2019

02 Jul - 03 Jul 2019

13 Nov - 14 Nov 2019

### Barcelona

08 Abr - 09 Abr 2019

14 Oct - 15 Oct 2019



## LEAN MANAGEMENT Y TRANSFORMACIÓN

Las tres fases de la transformación a un sistema lean

Duración: 2 días

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: Directores de operaciones  
Directores de fábrica y/o producción  
Directores y responsables de calidad.  
Responsables de un proyecto de gestión Lean o de "perfeccionamiento continuo".  
Responsables de métodos y jefes de proyecto de desarrollo de nuevos productos.

Ref: 2467

Precio: 990 € (exento de IVA)

Objetivos: Dominar las etapas de la transformación Lean.  
Identificar los cambios culturales, organizativos y de gestión necesarios para pasar a un modelo de gestión Lean.  
Identificar dónde hay desperdicios y organizarse para reducirlos.

Hoy en día las empresas desean desarrollar su mercado y ganar la preferencia del cliente. Con el Lean Management podemos ganar agilidad, reducir costes y controlar la calidad. El Lean también permite alinear rápidamente todos los sistemas y los actores de la compañía con la estrategia de la organización.

El camino hacia el Lean empieza por tomar conciencia de las ganancias potenciales, del mayor aprovechamiento en el proceso y de fijar la atención del equipo de personas en mejoras.

Las empresas lean se centran en la supresión del despilfarro para poder centrar sus esfuerzos y recursos en actividades de alto valor para sus clientes.

### Programa de la formación

#### El camino hacia un modelo de gestión Lean pasa por 3 fases de transformación

##### 1. Favorecer la toma de conciencia de los beneficios potenciales en materia de flujos, existencias y tiempos de espera

- Elegir uno o varios actores voluntarios para guiar el proceso de cambio.
- Clasificar las herramientas del modelo de gestión Lean con los 5 principios, los 3 tipos de desperdicio y el método CATALISE®.
- Encontrar y utilizar los mecanismos de cambio adecuados.
- Diseñar las cadenas de valor, proyectar el cuadro de indicadores y deducir la Lista Ordenada de Obligaciones para el Progreso.

##### 2. Emprender las tareas para el progreso con objeto de conseguir procesos sencillos y orientados al cliente

- Reagrupar los procesos en familias orientadas al cliente.
- Crear una función de acompañamiento del cambio a un modelo de gestión Lean.
- Concretar mediante las tareas de gestión Lean.
- Aplicar el Perfeccionamiento Continuo para el Progreso.
- Organizar y gestionar con medios visuales.
- Resolver los problemas con el método adecuado.

##### 3. Asegurar la permanencia, para que progreso dure con el apoyo de los equipos

- Utilizar el Hoshin y la herramienta Kamishibai para desplegar la gestión Lean.
- Definir un sistema contable de gestión Lean.
- Trabajar con proveedores y clientes, con una mentalidad Lean.
- Desarrollar una estrategia global de gestión Lean con el Lean Coaching y con la Supervisión Activa.
- Pasar del Hoshin (Perfeccionamientos descendente) al Kaizen (Perfeccionamiento continuo).

## Advantages

- Esta formación en Lean management está garantizada por la colaboración de asesores/formadores que han llevado a cabo proyectos de asesoría en este campo.
- Es un curso práctico y operativo.
- La división en 3 fases de madurez permite que cada participante se sitúe en el camino de la transformación a un modelo de gestión Lean.



## Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 2467

### Barcelona

25 Feb - 26 Feb 2019

25 Nov - 26 Nov 2019

### Madrid

11 Mar - 12 Mar 2019

28 Oct - 29 Oct 2019



## DESARROLLAR EL POTENCIAL CREATIVO

La creatividad personal como clave para desencadenar la innovación organizativa

Duración: 2 días

Ref: 6249

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: A mandos y demás cargos que deseen desarrollar sus habilidades creativas.

A todos los actores implicados en un proceso de innovación: jefes de producto, jefes de proyecto, ingenieros y técnicos "I+D", comerciales.

A responsables de innovación.

A toda persona que desee utilizar su fuerza creativa.

Objetivos: Descubrir y desarrollar las habilidades personales de imaginación y creación.

Suprimir trabas que impiden la creatividad.

Cambiar de razonamiento para poder innovar.

Estimular y practicar la creatividad ya sea solo o en grupo.

Establecer un proceso simple y pertinente de creación de ideas.

Generar el máximo de ideas en un tiempo reducido.

Saber evaluar las ideas que hay que mantener.

No se puede crear más que lo que hemos sido previamente capaces de imaginar.

Ahora bien La imaginación es un músculo (P. Brook). Existen herramientas para estimular su potencial creativo e inventar ideas nuevas, ya sea sólo o en equipo. Al permitir que se exprese la creatividad de cada uno, la empresa favorece el dinamismo para diseñar nuevos productos y servicios, mejorar los modos de funcionamiento y crear relaciones humanas más enriquecedoras.

### Programa de la formación

#### 1. Desarrollar las habilidades creativas personales

- Atreverse, desde el inicio, a presentarse creativamente: para ello descubrir y vivir 3 técnicas originales.
- Realizar un propósito concreto durante la formación para descifrar el proceso creativo de uno mismo.
- Superar las inhibiciones y permitirse la imaginación.
- Construir una estrategia personal de creatividad.
- Ampliar la percepción y ver las cosas de forma diferente.
- Identificar los recursos propios de creatividad.
- Adoptar la actitud necesaria para ser creativo.

#### 2. Dominar el proceso creativo "looping"

- Calentamiento: fase previa indispensable.
- Plantear el problema que hay que solucionar: percibir y después analizar.
- Producir ideas: imaginar.
- Confrontar las ideas con el problema: encontrar soluciones.
- Evaluar las soluciones: clasificar y seleccionar.
- Aplicar las soluciones: innovar.

#### 3. Vivir de forma activa 3 sesiones de creatividad

- Entréense en por lo menos 3 de las siguientes técnicas: El "TONI" para ampliar su visión; los "3 deseos" para encontrar soluciones innovadoras; la "palabra al azar" para enfocar el problema bajo otro ángulo; o a "matriz de descubrimiento" para imaginar nuevos productos o procesos.

#### 4. Evaluar y seleccionar las ideas para innovar

- Respetar las 2 fases de la evaluación: disentir y después converger.
- Experimentar la técnica constructiva del "abogado del ángel".
- Clasificar eficazmente las ideas: a "corazonada"; la votación absoluta o la votación ponderada.

## 5. Crear en grupo: identificar las especificidades

- Adquirir las 4 claves para alcanzar el éxito en las reuniones de creatividad.
- Garantizar un ambiente estimulante y facilitador.
- Adoptar el estilo de animación ad hoc.
- Poner la creatividad al servicio de un grupo.

## Advantages

- Pedagogía creativa desde el inicio del seminario: utilización de herramientas originales.
- Entrenamiento intensivo en las técnicas.
- Simulaciones de situaciones reales propuestas por los participantes.
- Ejercicios personales frecuentes que ayudan a cambiar los hábitos.
- Enfoque personalizado: los participantes pueden elaborar su propia planificación creativa personal.
- Formación operativa animada por consultores implicados regularmente en los procesos creativos.
- Métodos fácilmente reproducibles de vuelta a la empresa.

**Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 6249**

**Madrid**

04 Mar - 05 Mar 2019

13 Nov - 14 Nov 2019

**Barcelona**

09 Oct - 10 Oct 2019



# INNOVAR EN EL MODELO DE NEGOCIO CON EL MÉTODO CANVAS

Descubrir nuevas oportunidades para generar nuevos negocios

Duración: 2 días

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: Jefes de producto y responsables unidades de negocio  
Jefes de proyectos de desarrollo de nuevos productos / servicio,  
Directores de Marketing y Comercial y Empresarios y  
Emprendedores que quieran definir o mejorar su Modelo de  
Negocio.

Ref: 30A26

Precio: 990 € (exento de IVA)

**Objetivos:** Reconocer los distintos ámbitos de gestión que conforman un Modelo de Negocio junto con distintas posibilidades de desarrollo.

Dotar de habilidades y conocimiento sobre modelos de negocio a empresas y organizaciones con el objetivo de que puedan desarrollar alternativas sobre los aspectos claves de gestión estratégica y operativa, aprendiendo a reconfigurar su propuesta de valor.

Practicar una metodología desde una perspectiva completa y lúdica que permita identificar mejoras en el Modelo de Negocio.

El contexto actual supone que numerosos modelos de negocio no están adaptados a nuevos mercados y consumidores lo que implica una pérdida de competitividad. En estas circunstancias se hace imprescindible poder dar respuesta a la actual situación desarrollando alternativas que sirvan para captar nuevos mercados y clientes con una propuesta de valor diferenciada. A través de la metodología de innovación en el Modelo de Negocio podemos analizar:

- El grado de conocimiento del entorno (clientes, competencia, negocio...).
- La experiencia de nuestros clientes La valoración de nuestra propuesta de valor y reconfiguración de la misma.
- Cómo desplegar la nueva propuesta con objetivos sencillos y coherentes a medio/largo.
- Buscar el medio más óptimo para implantar de forma eficiente y con despliegue y seguimiento.

## Programa de la formación

### 1. Análisis de un Modelo de Negocio

- Elementos que configuran un Modelo de Negocio.
- Propuesta de Valor y el marco del Modelo de Negocio.

### 2. Patrones de modelos de negocio

- Casos de modelos de negocio exitosos

### 3. Herramientas para el diseño de un Modelo de Negocio

- Comprender al cliente (Modelos de anticipación de demanda).
- Pensamiento visual y la generación de ideas.
- Aprender a contar historias (Storytelling).
- Creación océanos azules y la Curva de Valor.

### 4. Evaluación y perfeccionamiento del Modelo de Negocio

- Análisis DAFO del Modelo de Negocio
- Identificación de aspectos a reducir, eliminar, crear para la activación del nuevo negocio
- Curva de diferencial de valor del nuevo negocio frente a otras propuestas

### 5. Implementar el Modelo de Negocio

- Definición de ruta de implantación.

- Gestión del proyecto.

## 6. Gestionar el Modelo de Negocio

- Errores habituales en la implantación
- Como no morir de éxito.

### Advantages

- Contenidos actualizados respecto a los modelos de negocio más innovadores.
- Dinámica de trabajo: participación activa de los asistentes y herramientas visuales.
- Experiencia práctica y participación activa en proyectos de estrategia, innovación y desarrollo de proyectos de nuevos negocios.

## Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 30A26

### Madrid

18 Mar - 19 Mar 2019

30 Sep - 01 Oct 2019

### Barcelona

17 Jun - 18 Jun 2019

04 Nov - 05 Nov 2019



## INNOVACIÓN EN LA PRÁCTICA

6 referencias clave para construir un proceso de innovación operativo

Duración: 2 días

Ref: 7058

Tipo: Curso Presencial

Dirigido a: Responsables y jefes de proyecto de innovación, los mandos encargados de aplicar y fomentar la innovación.  
Jefes de proyecto de desarrollo de nuevos productos/servicios.  
Responsables de "I+D+i", responsables de marketing.  
Jefes de producto de marketing, jefes de ventas y directores comerciales.

Objetivos: Poner en marcha un proceso de innovación global.  
Estructurar la innovación desde el inicio.  
Apropiarse de las principales herramientas útiles para la práctica de la innovación.  
Inculcar una cultura de la innovación.  
Superar con éxito los momentos críticos.

La innovación es un medio privilegiado para alcanzar los objetivos estratégicos, mejorar la competitividad, marcar la diferencia y crear valor. Es también un proceso que se planifica, que además es pragmático y que, por su carácter flexible, ha de poder adaptarse a las necesidades de la empresa. Su objetivo es alcanzar un resultado concreto: un producto o servicio nuevos, una nueva forma de comercialización, una organización innovadora

### Programa de la formación

#### 1. Crear las condiciones de la innovación

- Poner en marcha y dar vida a un proceso creativo.
- Estimular las iniciativas de los agentes de la innovación.
- Desarrollar el trabajo en equipo.
- Impulsar las nuevas habilidades intelectuales.
- Apoyarse en enfoques abiertos y ascendentes.

#### 2. Identificar las oportunidades de innovación

- Poner en marcha un sistema de vigilancia multicanal.
- Identificar las capacidades de innovación de su empresa.
- Analizar un mercado de forma estratégica.
- Construir una ventaja competitiva.

#### 3. Situar al cliente en el centro del proceso de innovación

- Aclarar el "verdadero" problema que hay que resolver.
- Profundizar sobre las necesidades del cliente expresadas en exigencias funcionales.
- Rodearse de los actores clave tanto a nivel interno como externo.
- Apoyarse en enfoques abiertos y ascendentes.

#### 4. Generar nuevas ideas mediante la creatividad

- Construir un grupo de creatividad.
- Practicar técnicas de creatividad.
- Explotar la creatividad para innovar.

#### 5. Crear una cartera de proyectos innovadores

- Filtrar las ideas que es necesario retener y hacerlas crecer.
- Decidir los proyectos que es preciso lanzar.
- Adaptar los recursos necesarios.



## 6. Poner en práctica la innovación

- Gestionar los tiempos con una planificación adaptada.
- Convivir con las incertidumbres residuales.
- Acompañar a los equipos en los cambios inducidos por la innovación.
- Dar fiabilidad al resultado obtenido.

### Advantages

- Los participantes inician un proceso de innovación de su empresa.
- Enfoque personalizado: Diagnóstico de sus prácticas de innovación.
- Entrega a los participantes de la obra "Caja de herramientas de la innovación" redactada por el diseñador de este seminario, y aplicable directamente de vuelta a la empresa.

## Fechas y ciudades: 21 enero 2019 - Ref: 7058

### Madrid

18 Mar - 19 Mar 2019

13 Nov - 14 Nov 2019

### Barcelona

08 Abr - 09 Abr 2019

14 Oct - 15 Oct 2019

