

UNIDAD DIDACTICA

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tema

TALLER DE GENERACIÓN DE IDEAS.

TALLER DE GENERACIÓN DE IDEAS

1. Introducción

La generación de ideas es la fase inicial y más creativa de todo proceso de innovación y emprendimiento.

Un taller de generación de ideas es un espacio estructurado donde los participantes aplican técnicas creativas para producir el mayor número posible de propuestas, que luego se evaluarán y refinarán.

En un entorno empresarial cambiante, estos talleres ayudan a detectar oportunidades, resolver problemas complejos y diferenciarse de la competencia.

2. Objetivos de un taller de generación de ideas

- **Estimular la creatividad colectiva** y el pensamiento fuera de lo común.
- **Fomentar la colaboración** entre personas con diferentes perfiles.
- **Obtener múltiples alternativas** para resolver un desafío específico.
- **Identificar conceptos innovadores** con potencial de desarrollo.

3. Elementos clave para un taller exitoso

1. Definir el reto o problema

- Debe ser claro, específico y comprensible para todos los participantes.

2. Preparar un ambiente creativo

- Espacio cómodo, recursos visuales, pizarras, post-its, herramientas digitales.

3. Formar equipos diversos

- Perfiles variados para ampliar perspectivas.

4. Aplicar técnicas de ideación

- Brainstorming, SCAMPER, mapas mentales, rol-storming, entre otras.

5. Establecer reglas básicas

- No juzgar ideas en la fase inicial, fomentar la cantidad sobre la calidad.

6. Facilitador activo

- Guía el proceso, mantiene el enfoque y promueve la participación.

4. Técnicas más usadas en talleres

- **Brainstorming:** Tormenta de ideas sin juicios, priorizando cantidad.
- **SCAMPER:** Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otro uso, Eliminar, Reordenar.
- **Mapas Mentales:** Representación visual de ideas conectadas a un concepto central.
- **Design Thinking – Fase idear:** Combina empatía y creatividad para generar soluciones.

5. Dinámica ejemplo de 90 minutos

Fase 1 (15 min) – Presentación del reto y reglas del taller.

Fase 2 (30 min) – Generación libre de ideas con técnica seleccionada.

Fase 3 (30 min) – Clasificación y agrupación de ideas.

Fase 4 (15 min) – Presentación breve de las ideas más prometedoras.

6. Casos prácticos

Caso 1 – Pyme textil

Un taller interno permitió que empleados de todas las áreas aportaran ideas para aumentar ventas. De 80 ideas iniciales, se eligieron 3: línea ecológica, ventas en redes sociales y alianzas con diseñadores locales.

Caso 2 – Startup tecnológica

Organizó un taller con clientes y proveedores para mejorar la experiencia de usuario. Esto dio lugar a un rediseño de su app, que incrementó un 40% el uso activo en 3 meses.

7. Beneficios para los negocios

- Mayor compromiso del equipo.
- Ideas más innovadoras y variadas.
- Detección temprana de riesgos y oportunidades.
- Fortalecimiento del sentido de pertenencia.

8. Conclusión

Un taller de generación de ideas bien diseñado transforma la creatividad individual en innovación colectiva.

En negocios, **la mejor idea no siempre nace de un genio, sino de un equipo conectado y motivado.**

Referencias

- Michalko, M. (2019). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques* (3rd ed.). Ten Speed Press.
- Kelley, T., & Littman, J. (2016). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. Crown Business.
- Brown, T. (2019). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Business.



INSTITUTO
KHIPU