

20
24
C P I

VI FORO IBEROAMERICANO DE
COMPRA PÚBLICA DE INNOVACIÓN
E INNOVACIÓN ABIERTA

26, 27 Y 28 DE NOVIEMBRE

MODO MAKER

¿Cómo identificar problemas?
Kit de herramientas

PAOLA VARGAS



Colabora:



Organiza:



VI FORO IBEROAMERICANO DE COMPRA PÚBLICA DE INNOVACIÓN E INNOVACIÓN ABIERTA

26, 27 Y 28 DE NOVIEMBRE

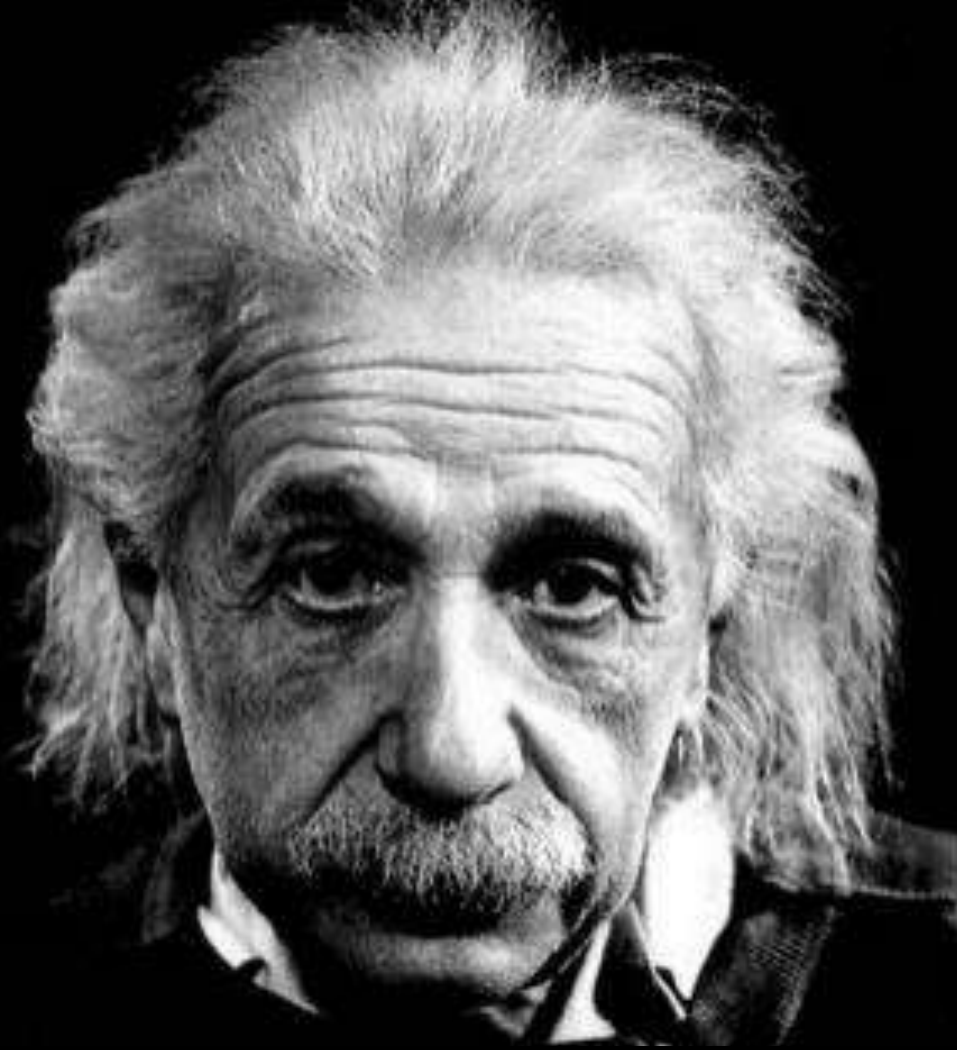
2 0 2 4

TALLER MAKER CPI



Paola Vargas





**“Si nos dieran una hora para salvar el planeta, yo gastaría
55 minutos definiendo el problema y 5 minutos para
encontrar la solución”**



PROFECO

www.gob.mx/profeco

Quién es Quién en los Precios



Productos de la
Canasta Básica

PROFECO

PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

Revista del
Consumidor

ABAZA
20⁰⁰ KG

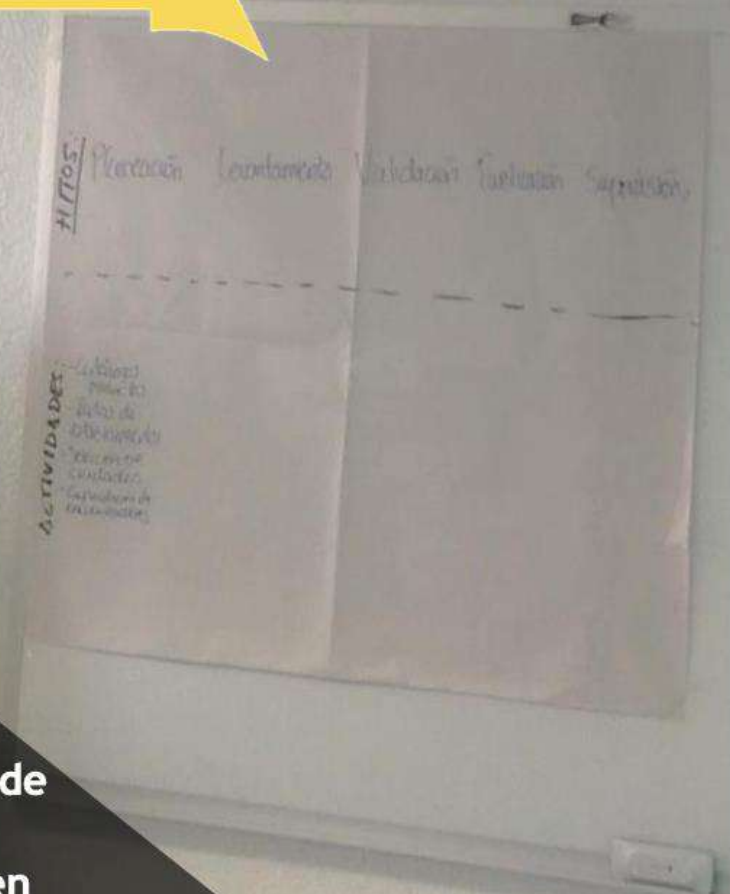
¡SOLO LO MEJOR!
\$26⁰⁰ MIL

800 468 9122
Línea gratuita de atención al consumidor

El presente es un documento informativo que no constituye una oferta de compra o venta. Los precios de los productos de la Canasta Básica son los que se aplican en el momento de la publicación de este documento. Los precios de los productos de la Canasta Básica pueden variar sin previo aviso. Los precios de los productos de la Canasta Básica son los que se aplican en el momento de la publicación de este documento. Los precios de los productos de la Canasta Básica pueden variar sin previo aviso.

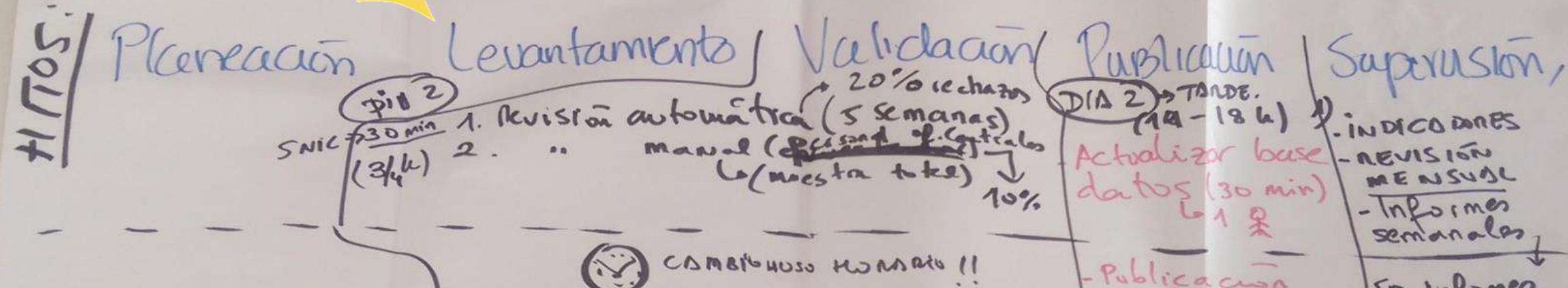
Actividad

Elaboración de puntos de contacto del área de interés seleccionada, en dónde se plasma el escenario actual y el deseado del proceso. Se enfocó en el desarrollo de la actividad de Quién es quién en los Precios



Resultados

Real Profeco

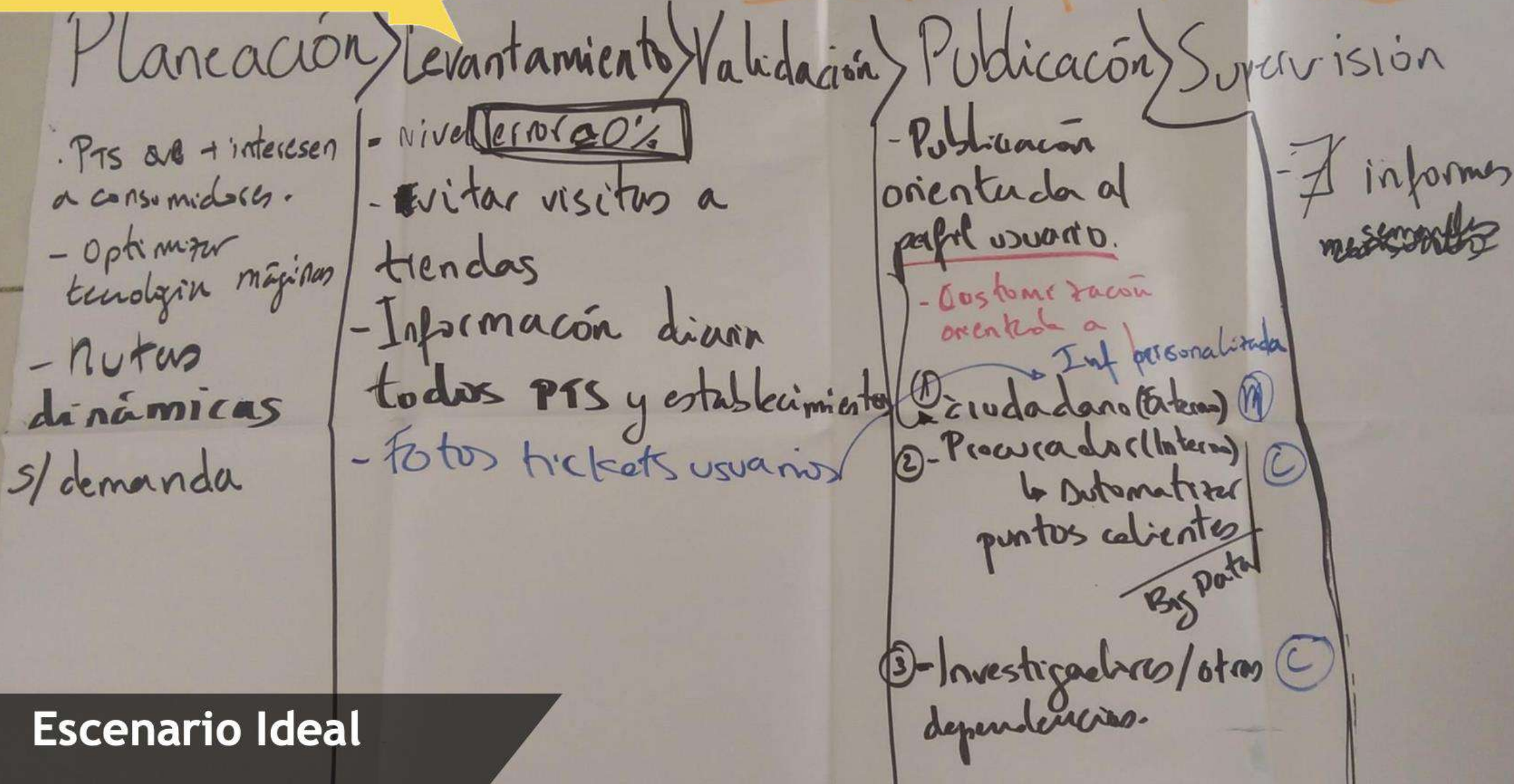


Escenario Actual

+ marca + presentación

Resultados

Ideal Profe.co



Escenario Ideal

ACV

RETO:

Registro sin costo, de precios
del BOP, obtener análisis
inteligente y prospectivo
para una presentación más
orientada a las necesidades de
los usuarios.

en tiempo real

1. Producción:

DISEÑO:

- ESTUDIO NECESIDADES
- CATÁLOGOS Y NOTAS
- NUEVOS COMPONENTES
- REGLAS DE VALUACIÓN PRECIOS E INTEGRACIÓN (+)

PERFILES DE
CONSUMIDORES

HODWARE (EQUIPOS PDS)

SOFTWARE (SNI)

- NUEVAS FUENTES INFORMACIÓN SIN ENCUESTAS (+ COLAB CON EMPRESAS)

- NUEVOS USOS DE LA INFORMACIÓN Y (+ USUARIOS)

TÉCNICAS DE ANÁLISIS

MULTIPLATAFORMA PRESENTACIÓN INFO.

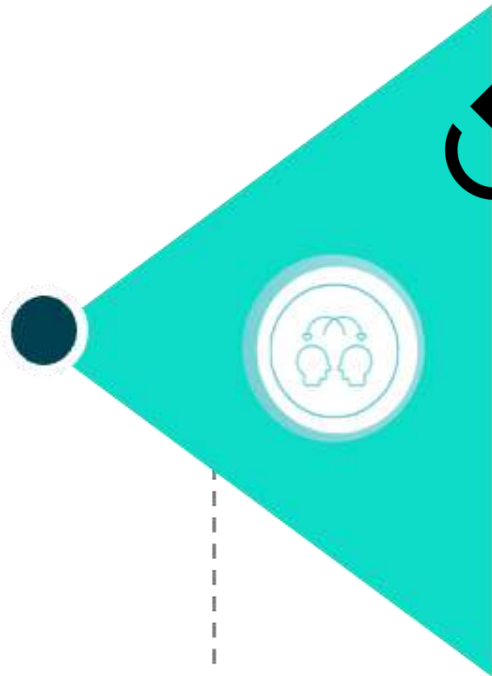
+ AMIGABLE, PERSONALIZADA,
COLABORATIVO, ACCESIBLES,
ORIENTA

Etapas para identificar oportunidades y retos de CPI

Elaboración propia con base en la metodología de doble diamante del Design Council

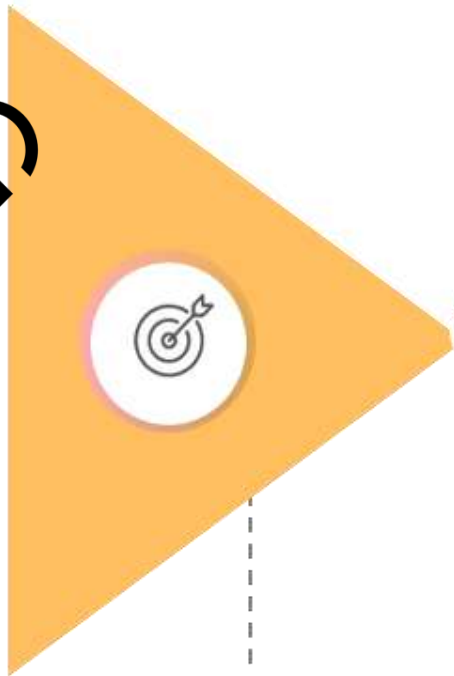
Fase de Investigación

EXPLORAR



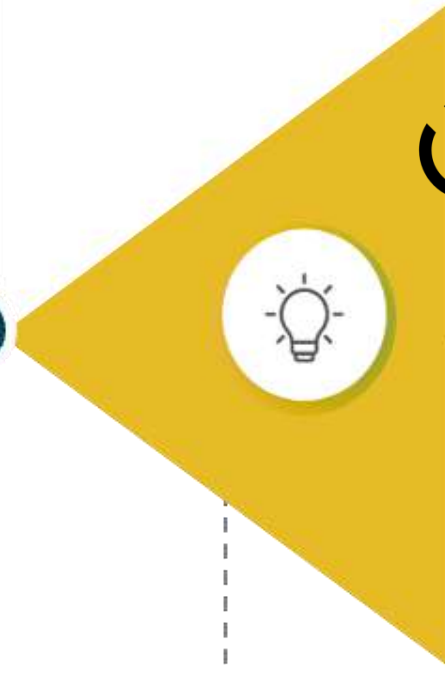
**ÁMBITO DEL
PROBLEMA**

IDENTIFICAR



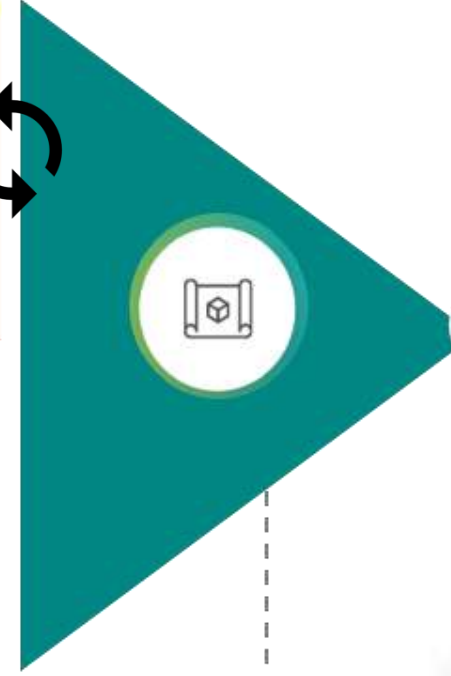
**IDENTIFICAR
MEJORAS**

DEFINIR



**DEFINICIÓN
PROBLEMA
/RETO**

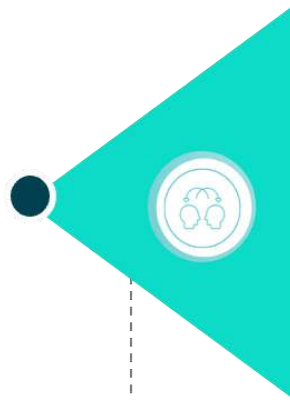
DESCRIBIR



**HACERLO
SIMPLE**

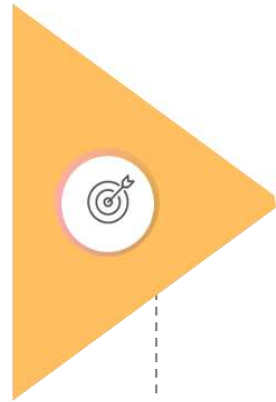
Fase de Investigación

EXPLORAR



ÁMBITO DEL PROBLEMA

IDENTIFICAR



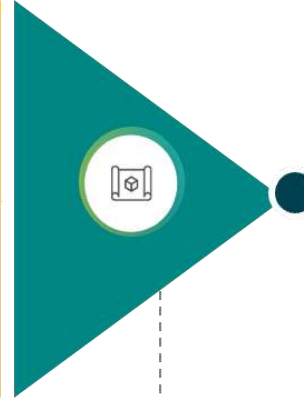
IDENTIFICAR MEJORAS

DEFINIR



DEFINICIÓN PROBLEMA /RETO

DESCRIBIR



HACERLO SIMPLE

Definición del ámbito del problema

ALCANCE	ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL ÁMBITO DE CONTEXTO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE INNOVACIÓN
Ámbito interno	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?
Ámbito externo	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?
Ámbito externo	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?

Puntos y porcentajes

ALCANCE	ASPECTOS ESTRATÉGICOS DEL ÁMBITO DE CONTEXTO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE INNOVACIÓN
Ámbito interno	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?
Ámbito externo	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?
Ámbito externo	¿Cuál es el alcance del problema? ¿Cuál es el impacto del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?	¿Cuál es el objetivo de innovación? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema? ¿Cuál es el nivel de urgencia del problema?

Process Journey Map

ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4

Marco lógico del reto

El problema	¿Qué problema?
El problema	Indicadores de línea base del problema
El problema	Indicadores de línea base del problema
El problema	Indicadores de línea base del problema
El problema	Indicadores de línea base del problema
El problema	Indicadores de línea base del problema

¿Cómo + Verbo [acción a cumplir] + la/el [situación a intervenir] + de [detalles que acotan] = en [lo que queremos lograr]?

¿Cómo _____ la _____ de _____ en _____?

5 Porqués? Compruebelo! Funciona al revés?

Los niños juegan en el suelo.
↓
Se quedó la puerta abierta.
↓
La seguridad de la noche.
↓
Barra de seguridad.
↓
No funciona el cable.
↓
Evento: Llegar al trabajo a tiempo.

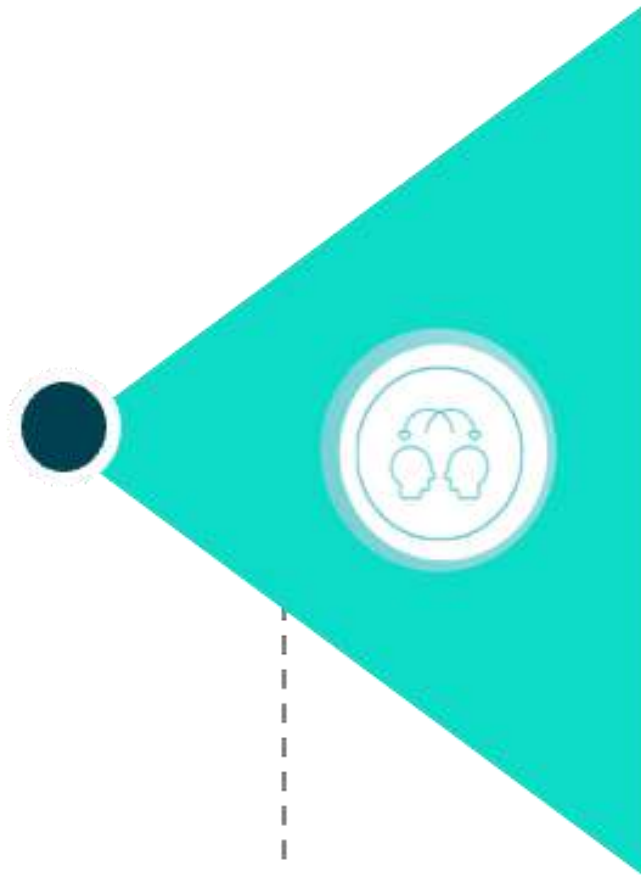


Check list de comprobación

El reto plantea un problema / necesidad	✓
Este reto afecta claramente a alguien (público)	✓
El resultado de resolver el reto es superior al coste del problema	✓
El reto está alineado con objetivos de la compañía / valores de la organización	✓
Tenemos capacidad para poner recursos en la resolución del reto	✓
El reto tiene un alcance apropiado en base a recursos, capacidades, habilidades, y competencias	✓

Fase de Investigación

EXPLORAR

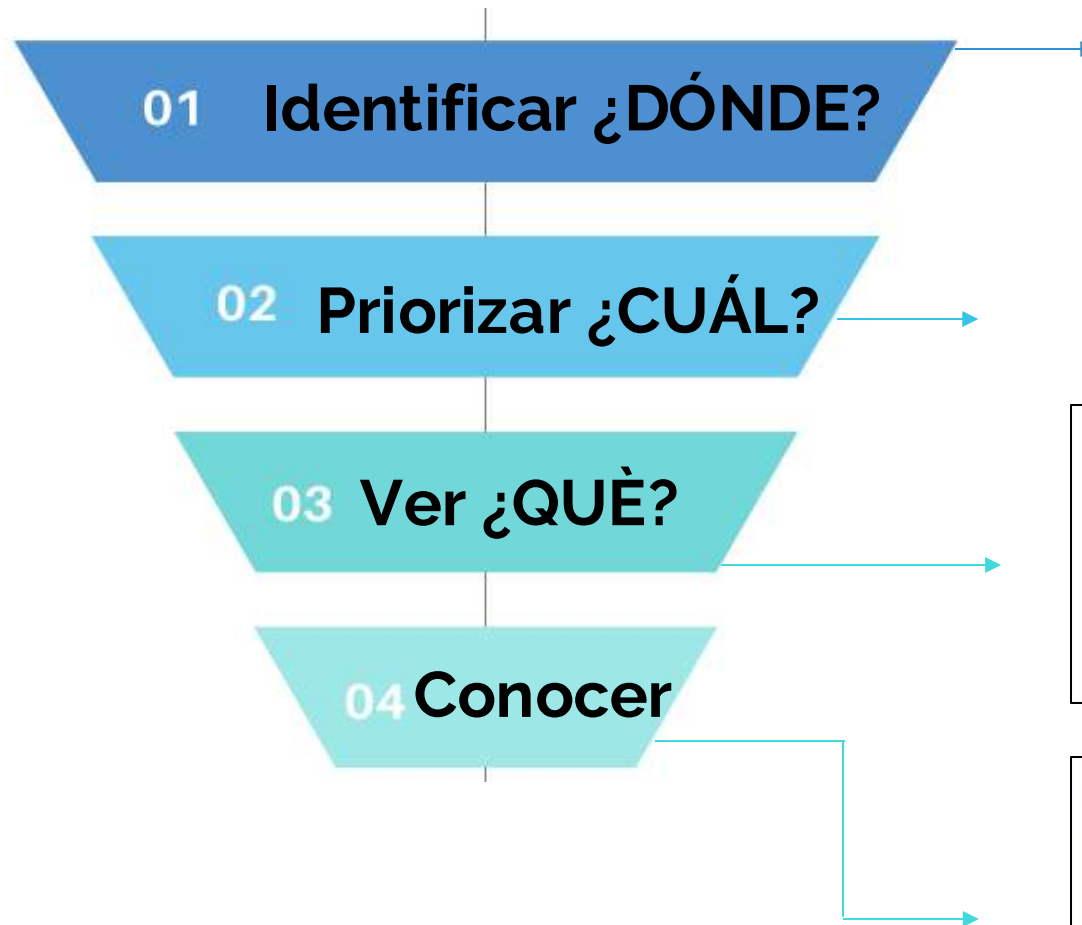


**ÁMBITO DEL
PROBLEMA**

¿Cómo identificar ámbitos en donde se requiera un proceso de CPI?

LASINDE

EXPLORAR



ALCANCE	ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO ÁREA DE COMPRAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE INNOVACIÓN
MIRADA INTERNA  Dolores/Sueños	¿Cuáles son productos estratégicos para las cuáles tenemos más riesgo a incertidumbre? ¿Cuáles son los rubros con mayores gastos susceptibles de innovación? ¿Cuáles son nuestros dolores más grandes a la hora de comprar?	¿Tenemos retos de innovación que no hemos podido resolver? ¿Queremos desarrollar algún producto con alto componente de innovación?
MIRADA PERIFÉRICA  Clientes/Proveedores	¿Cuáles son las oportunidades para disminuir incertidumbre en los productos estratégicos?	¿Cuáles oportunidades de innovación identificadas por los clientes, proveedores o aliados?
MIRADA EXTERNA  Tendencias/Tecnologías	¿Cuáles son las tendencias relacionadas con los productos estratégicos que podemos traer a nuestra Institución?	¿Cuáles son las tendencias y tecnologías que podemos traer a nuestra Institución para agregar valor a lo que hacemos?

		OPORTUNIDAD DE VALORIZACIÓN				
EFECTOS IDENTIFICADOS	DETALLES	VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA NECESIDAD	COMPONENTE INNOVADOR	DATA DE IMPACTO ESPERADO	INTERÉS DEL MERCADO	TENDENCIA
		¿El reto está alineado con la misión estratégica de la entidad?	El reto requiere para su solución el desarrollo de actividades 3-10-9	¿Se puede identificar el cambio social y respecto a través de datos disponibles que el caso?	¿Se puede identificar oportunidades en el sector productivo para desarrollar posibles soluciones?	
		Ponderación de criterios				
		20%	20%	30%	20%	10%
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						
45						
46						
47						
48						
49						
50						



Brief del problema

Estudiante:

Fecha:

¿Cuáles son los causas y efectos principales?

¿Desde cuándo el problema y cuántos son los usuarios afectados?

¿Se han hecho antes para solucionar el problema?

¿Se conocen mejor desde cuándo el problema?

Indicadores

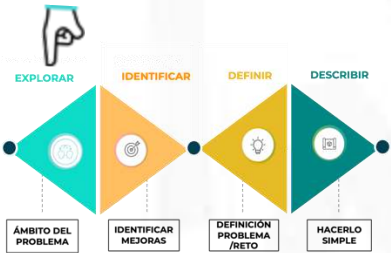
Sección para el desarrollo del problema

Definición del ámbito del problema

Herramienta: Matriz de ámbitos

Formato: Digital/ Físico

ALCANCE	ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO ÁREA DE COMPRAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE INNOVACIÓN
MIRADA INTERNA  Dolores/Sueños	¿Cuáles son productos estratégicos para los cuales tenemos más riesgo e incertidumbre? ¿Cuáles son los rubros con mayores gastos susceptibles de innovación? ¿Cuáles son nuestros dolores más grandes a la hora de comprar?	¿Tenemos retos de innovación que no hemos podido resolver? ¿Queremos desarrollar algún producto con alto componente de innovación?
MIRADA PERIFÉRICA  Clientes/Proveedores	¿Cuáles son las oportunidades para disminuir incertidumbre en los productos estratégicos?	¿Cuáles oportunidades de innovación identificadas por los clientes, proveedores o aliados?
MIRADA EXTERNA  Tendencias/Tecnologías	¿Cuáles son las tendencias relacionadas con los productos estratégicos que podemos traer a nuestra Institución?	¿Cuáles son las tendencias y tecnologías que podemos traer a nuestra Institución para agregar valor a lo que hacemos?



Herramientas

Priorización de ámbitos de innovación

Herramienta:

Matriz de puntos y porcentajes

Formato:

Digital

RETOS IDENTIFICADOS	DETALLES	CRITERIOS DE VALORACIÓN				TOTAL
		VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA NECESIDAD	COMPONENTE INNOVADOR	DATA DE IMPACTO ESPERADO	INTERÉS DEL MERCADO	
		¿El reto está alineado con la visión estratégica de la entidad?	El reto requiere para su solución, el desarrollo de actividades de I+D+i	¿Se puede cuantificar el estado inicial e impacto a través de datos disponibles para el reto?	¿Se puede identificar capacidades en el sector productivo para desarrollar posibles soluciones?	
		Ponderación criterios				
		20%	20%	35%	25%	
1						0
2						0
3						0
4						0
5						0
6						0
7						0
8						0
9						0
10						0
11						0
12						0
13						0
14						0
15						0
16						0
Valoración de 1 a 5, siendo 5 la puntuación más alta y 1 la más baja						



Herramientas

Entendimiento de la causa raíz del problema

Herramienta:

5 PORQUÉS

Formato:

Digital

5 Porqués? Compruebelo! Funciona al revés?

Los niños jugaron en el carro!



Eso causo que ...?

Se quedo la puerta abierta.



Eso causo que ...?

Luz encendida toda la noche.



Eso causo que ...?

Batería descargada.



Eso causo que ...?

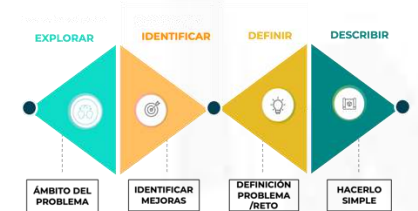
No encendió el carro.



Eso causo que ...?

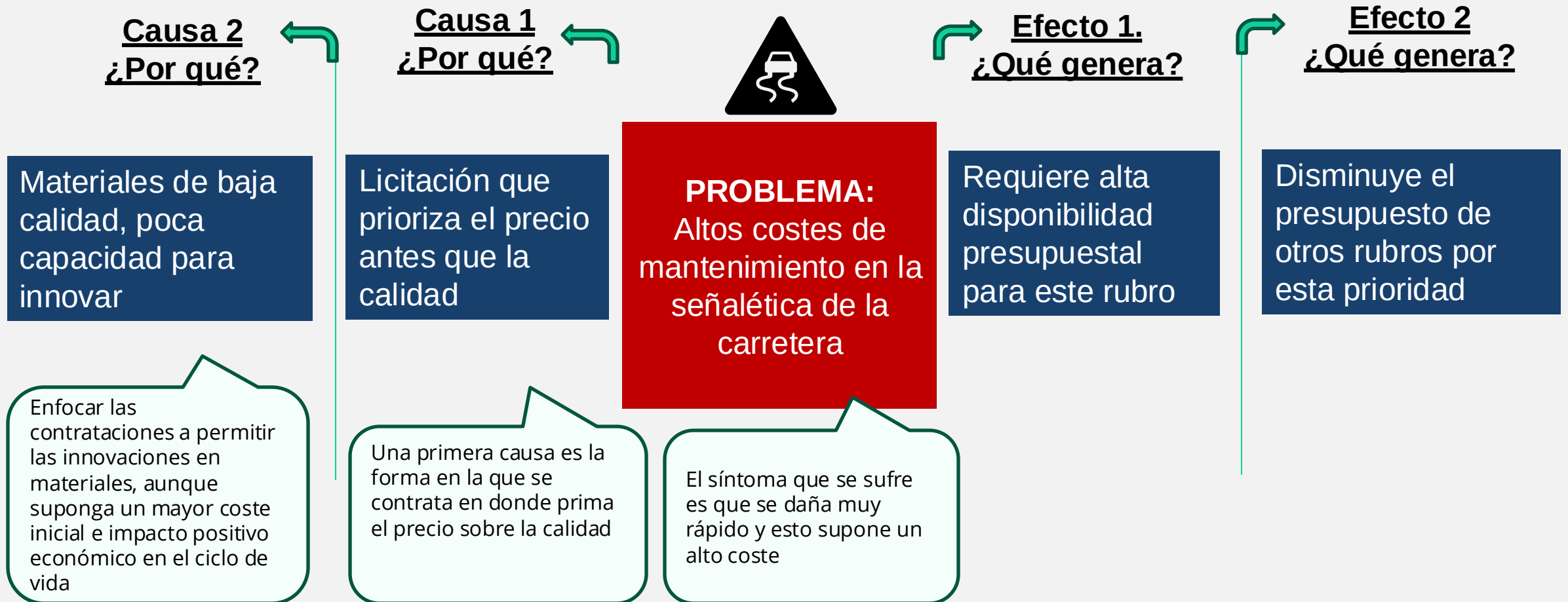
Evento: Llegue al trabajo a tiempo.

LASINDE



Herramientas

Ejemplo Los 5 porqués



Caracterización de la necesidad

Herramienta:

Brief del reto

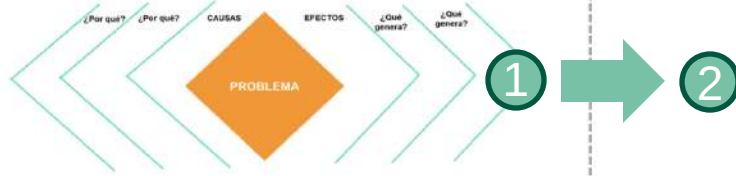
Formato:

Digital y físico

Brief del problema

Problema/Necesidad:

¿Cuáles son las causas y efectos principales?

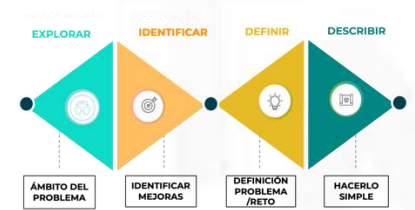


¿Dónde sucede el problema y quiénes son los usuarios afectados?

Breve descripción del problema

¿Qué queremos lograr dando solución al problema?
Indicadores

¿Qué se ha hecho antes para solucionar el problema?



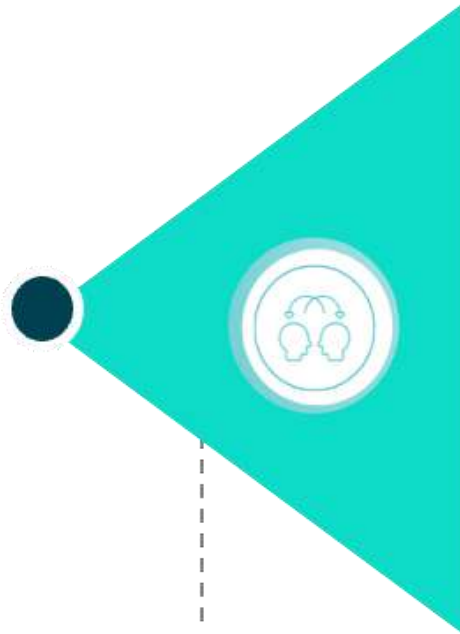
Herramientas

Etapas para identificar oportunidades y retos de CPI

Elaboración propia con base en la metodología de doble diamante del Design Council

Fase de Investigación

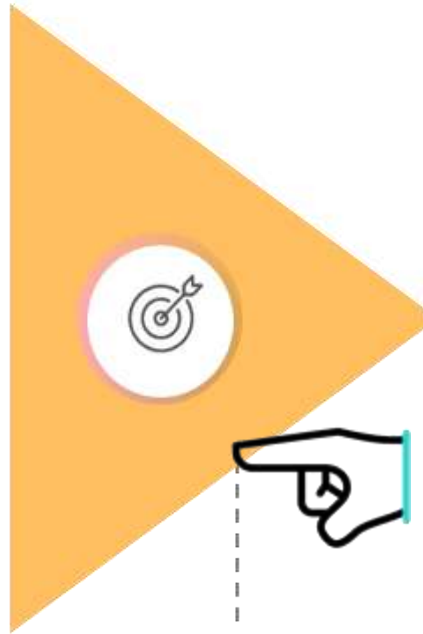
EXPLORAR



**ÁMBITO DEL
PROBLEMA**

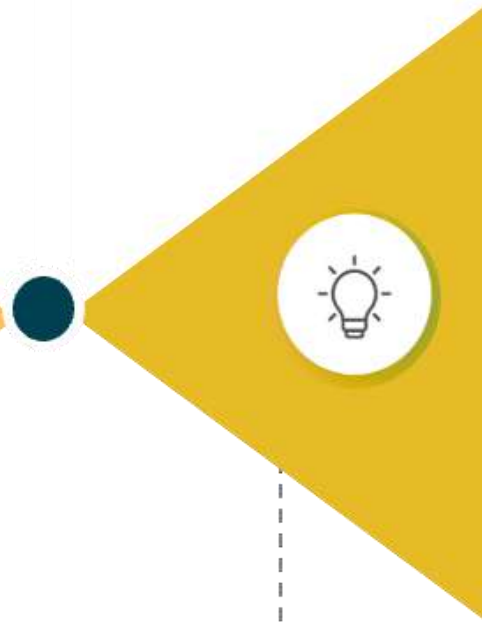
Fase de Definición

IDENTIFICAR



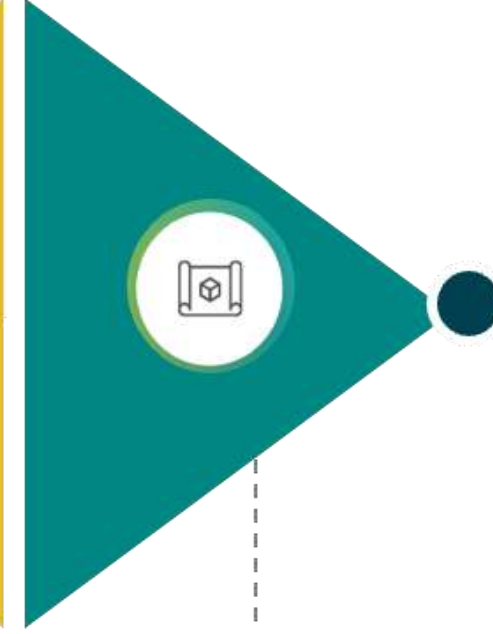
**IDENTIFICAR
MEJORAS**

DEFINIR



**DEFINICIÓN
PROBLEMA
/RETO**

DESCRIBIR



**HACERLO
SIMPLE**

IDENTIFICAR



**IDENTIFICAR
MEJORAS**

¿Cómo identificar
OPORTUNIDADES para innovar
dentro del ámbito seleccionado?

LASINDE

Identificar mejoras

Herramienta:

Process Journey Map

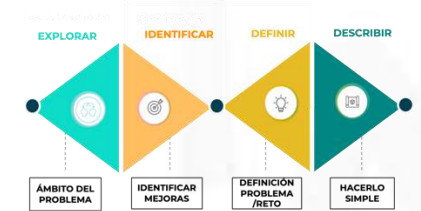
Formato:

Digital y físico

	ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3	ETAPA 4
Acciones				
Responsables				
Tiempo				
Mejoras				

Preguntas para no olvidar

- ¿Cuál es el problema que vamos a resolver?
- ¿Cómo medir el problema? (indicadores base)
- ¿Qué queremos lograr con la solución? (indicador de impacto)



Herramientas

Comprobar que esté debidamente definido

Herramienta:

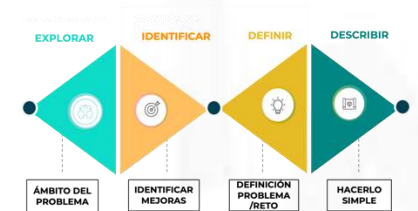
Check list de comprobación

Formato:

Físico

El reto plantea un problema / necesidad	✓
Este reto afecta claramente a alguien (usuario)	✓
El beneficio de resolver el reto es superior al coste del problema	✓
El reto está alineado con objetivos de la Entidad / valores de la organización	✓
Tenemos capacidad para poner recursos en la resolución del reto	✓
El reto tiene un alcance apropiado en base a nuestras capacidades, habilidades, y competencias	✓

LASINDE



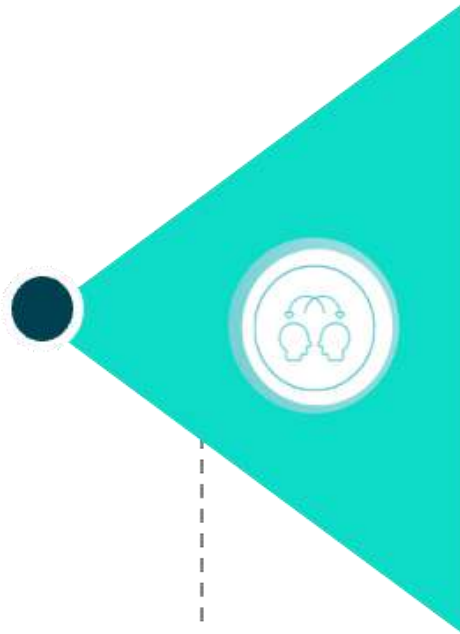
Herramientas

Etapas para identificar oportunidades y retos de CPI

Elaboración propia con base en la metodología de doble diamante del Design Council

Fase de Investigación

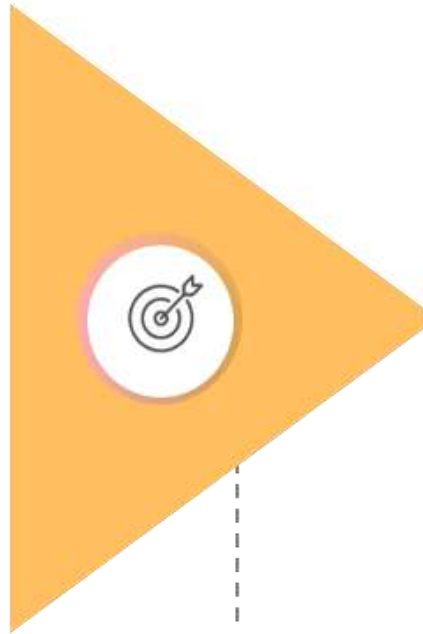
EXPLORAR



**ÁMBITO DEL
PROBLEMA**

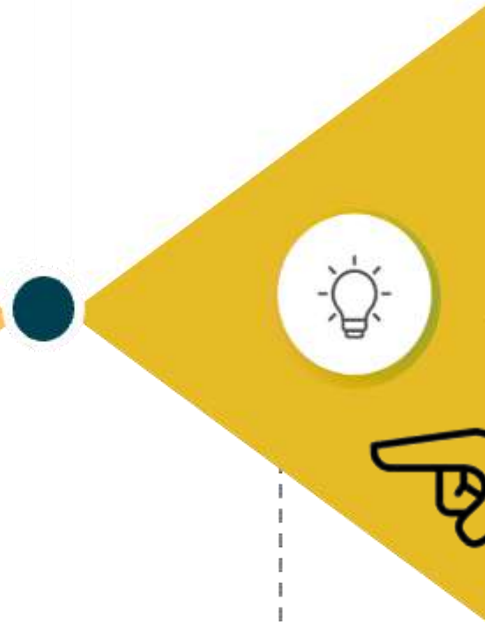
Fase de Definición

IDENTIFICAR



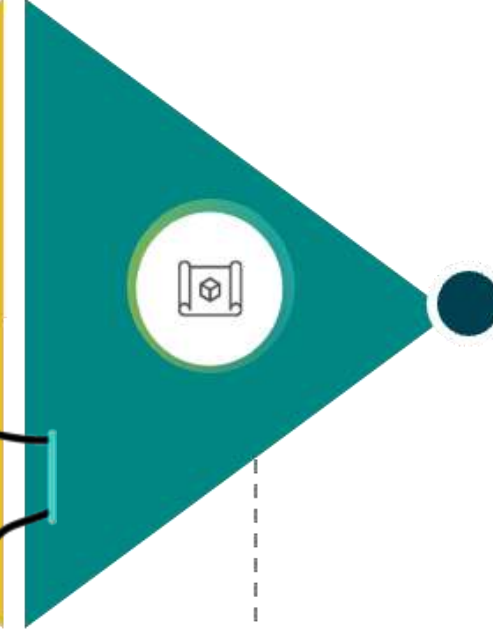
**IDENTIFICAR
MEJORAS**

DEFINIR



**DEFINICIÓN
PROBLEMA
/RETO**

DESCRIBIR



**HACERLO
SIMPLE**

DEFINIR



**DEFINICIÓN
PROBLEMA
/RETO**

¿Cómo definir correctamente el problema o reto?

LASINDE

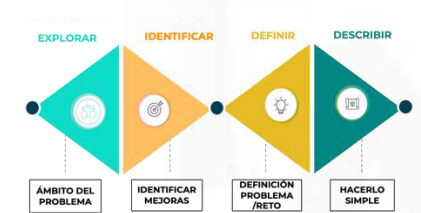
Combinación del reto con soporte de datos

Herramienta:

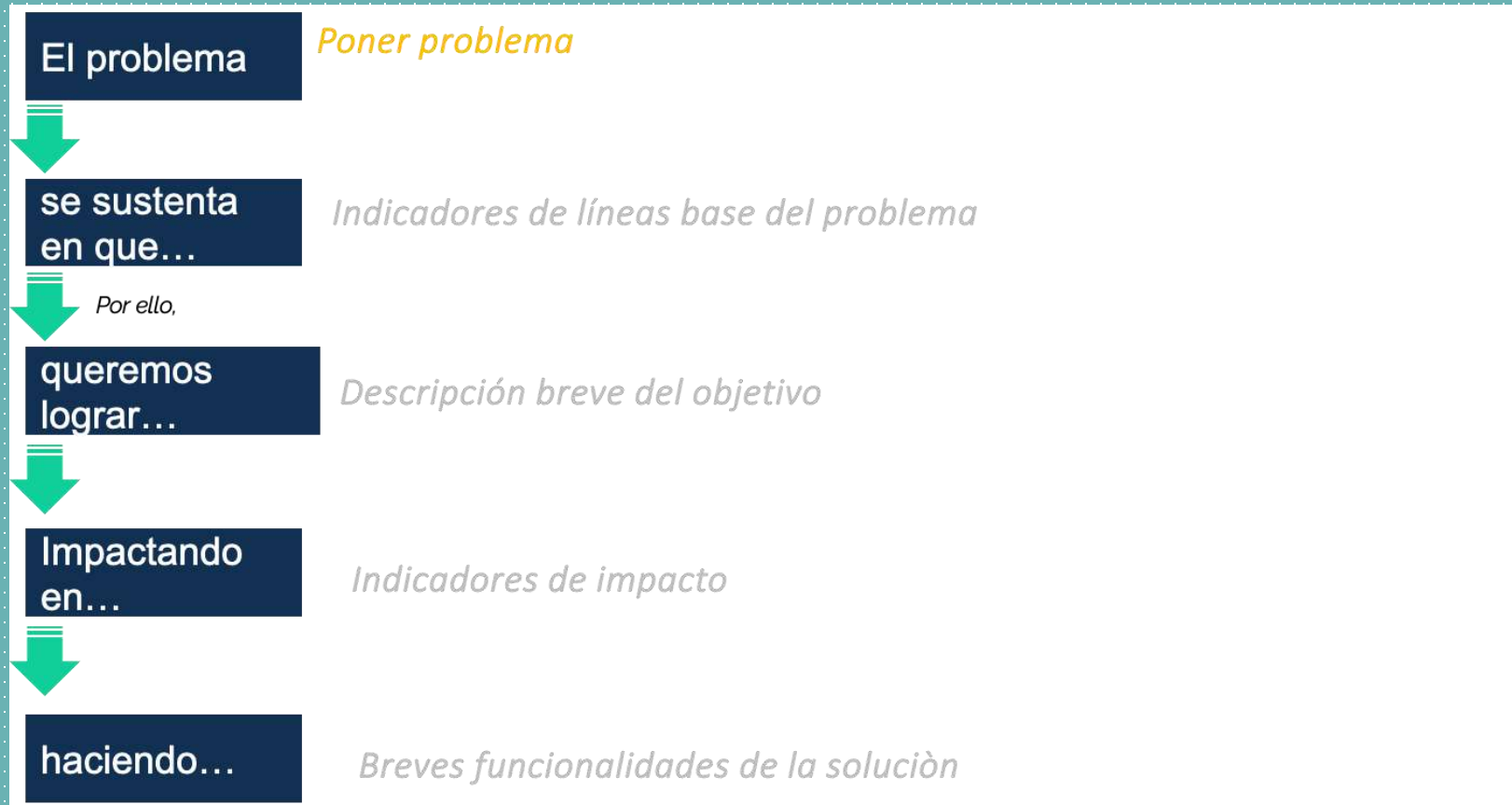
Marco lógico del reto

Formato:

Digital y físico



Herramientas



Caso internacional: España

El problema

No podemos cuantificar la cantidad de personas que hay una playa, haciendo uso humano

se sustenta
en que...

- *Se superan los límites de personas permitidas en un 200% , afectando el estado natural del lugar*
- *El coste del personal de vigilancia es de más de 1 millón de euros al año*

Por ello,

queremos
lograr...

- *Eficacia en el proceso de vigilancia del cupo máximo de las playas y preservar la naturaleza*

Impactando
en...

- *Tener 100% control de que no se supera la cantidad de personas permitidas en la playa*
- *Reducir el coste de vigilancia al año en un 80%*

haciendo...

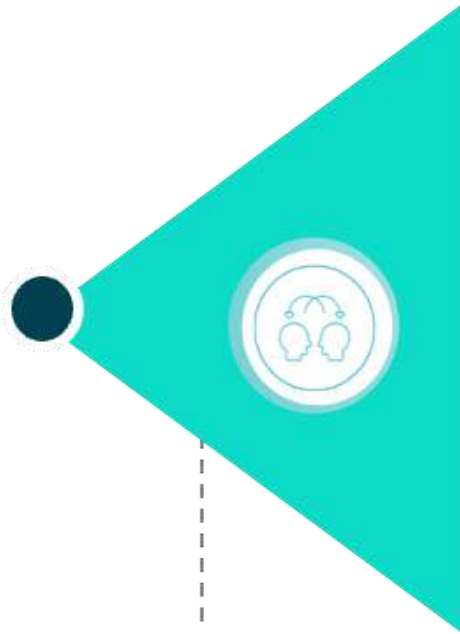
- *Vigilancia que no dependa del factor humano*
- *Respuesta en tiempo real*
- *Mapas de calor para identificar concentración de personas en la playa y en el mar*

Etapas para identificar oportunidades y retos de CPI

Elaboración propia con base en la metodología de doble diamante del Design Council

Fase de Investigación

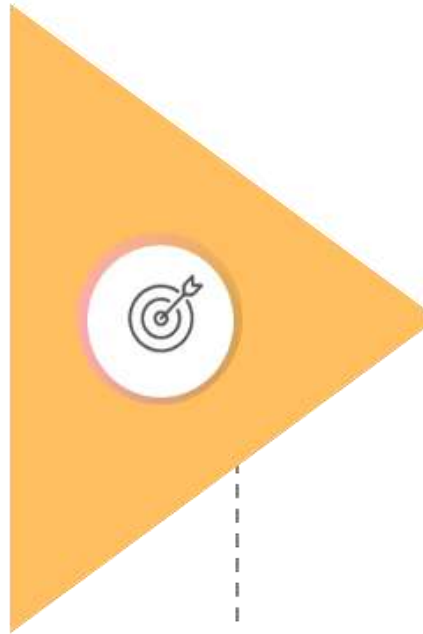
EXPLORAR



**ÁMBITO DEL
PROBLEMA**

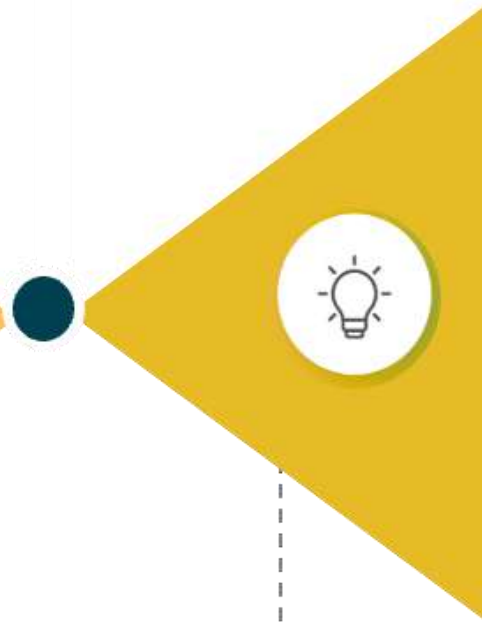
Fase de Definición

IDENTIFICAR



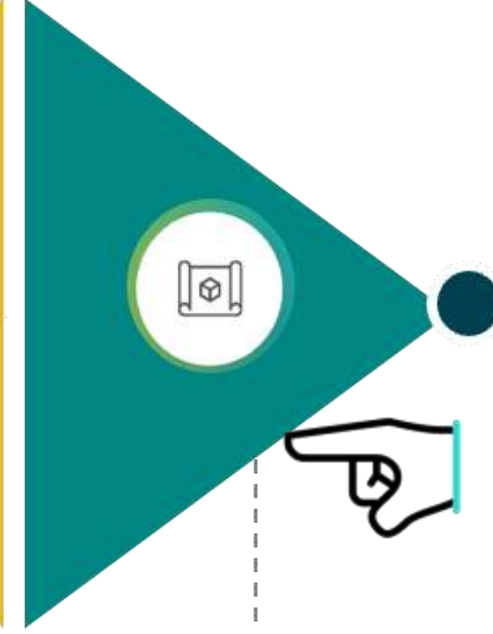
**IDENTIFICAR
MEJORAS**

DEFINIR



**DEFINICIÓN
PROBLEMA
/RETO**

DESCRIBIR



**HACERLO
SIMPLE**

DESCRIBIR



**HACERLO
SIMPLE**

¿Cómo sintetizar el reto?

LASINDE

Pregunta reto

Como+ [acción a cumplir] + la [situación a intervenir] + de/en [detalles que acotan] + en [lo que queremos lograr]

¿ Cómo reducir la contaminación del aire en San José en un 30%?

Pregunta reto

Herramienta:

Fórmula del reto

Formato:

Digital

¿Cómo + Verbo [acción a cumplir] + la/el [situación a intervenir] + de [detalles que acotan] + en [lo que queremos lograr] ?

¿Cómo _____ la
_____ de
_____ en
_____ ?

¿ Cómo reducir la contaminación del aire en Asunción en un 30%?

LASINDE



Herramientas