



EVIDENCIAS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO

Tablón

Trabajo de clase

Personas

Calificaciones



Personalizar

605 B INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO

M.C.A PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS



Encuadre y programa de estudio



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 30 ene (Última modificación: 4 feb)



[ENCUADRE INNOVACIÓN Y ...](#)

PDF



[LAA-1026 Innovación y Emp...](#)

PDF



[_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o...](#)

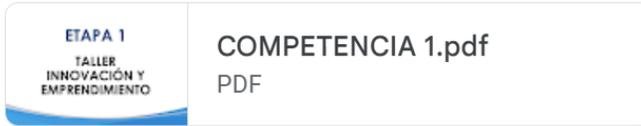
PDF



MATERIAL DE ESTUDIOS



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 30 ene



1. Enfoques y técnicas para desarrollar habilida...



TEST

Publicado: 10 feb



Exposición

Fecha de entrega: 10 feb



INFOGRAFÍA

Fecha de entrega: 5 feb



MATERIAL DE ESTUDIOS

Publicado: 30 ene



INFOGRAFÍA



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 30 ene

50 puntos

Fecha de entrega: 5 feb

Elaborar una infografía de
las técnicas para generar ideas



ITSSAT

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

ALUMNA:
LIZETH GARCÍA MARTÍNEZ

ASIGNATURA:
**INNOVACIÓN Y
EMPRENDEDURISMO**

UNIDAD 1:
**ENFOQUES Y TÉCNICAS PARA
DESARROLLAR HABILIDADES
CREATIVAS Y**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA
DIVISIÓN DE LIC. EN ADMINISTRACIÓN



CREATIVAS Y EMPRENDEDORAS

DOCENTE:
**PATRICIA ELIZABETH DAVID
MIROS**

**SAN ANDRES TUXTLA, VER. A
05 DE FEBRERO DE 2025**



LLUVIA DE IDEAS

- Suele utilizarse cuando se quiere tener muchas ideas en poco tiempo
- Se genera un ambiente sin críticas donde los participantes aportan cualquier idea, sin importar lo descabellada que parezca.

MÉTODO 635

- 6 personas escriben 3 ideas en 5 minutos y luego las comparten con el grupo.
- Se repite varias veces, generando múltiples perspectivas en poco tiempo.



¿Y SI...?

- Se basa en formular preguntas hipotéticas para explorar nuevas posibilidades y enfoques ??
- Rompe barreras mentales y permite pensar fuera de lo común.



LOS SEIS SOMBREROS

Simbolizan diferentes puntos de vista, desde los cuales se puede analizar un problema o una situación concreta.

- Blanco: Datos y hechos
- Rojo: Emociones e intuición
- Negro: Críticas y riesgos
- Amarillo: Beneficios y optimismo
- Verde: Creatividad e innovación
- Azul: Organización y control del proceso



preestablecido de varias preguntas a contestar y llevar a cabo.

- Sustituir
- Combinar
- Adaptar
- Modificar
- Poner en otro uso
- Eliminar
- Reorganizar

- Luego, se analizan para convertirlas en soluciones viables.

BRAINWRITING

- Los participantes escriben las ideas en tarjetas o papeles. Luego, esas ideas se pasan a otros para que las complementen o generen nuevas ideas basadas en ellas.



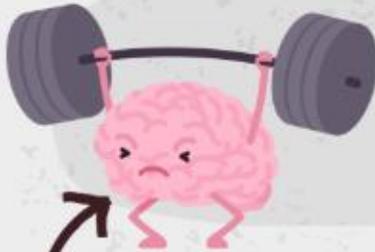
Técnicas **para generar**
IDEAS

MUNDOS RELACIONADOS

- Se basa en buscar inspiración en industrias o contextos completamente diferentes al problema que se quiere resolver.
- Permite aplicar soluciones innovadoras de otros sectores.



MEMORIA FUTURA



Consiste en proyectarse al futuro y recordar una idea o solución como si ya hubiera sucedido. Se basa en la pregunta:
"Si en el futuro hemos resuelto este problema con éxito, ¿cómo lo hicimos?"

MÉTODO SCAMPER

Generación de ideas por medio de contestar a un listado preestablecido de varias preguntas a contestar y llevar a cabo.

- Sustituir
- Combinar
- Adaptar
- Modificar
- Poner en otro uso
- Eliminar
- Reorganizar

TÉCNICA DE LA PEOR IDEA

- En lugar de buscar buenas ideas, se generan malas ideas intencionalmente.
- Luego, se analizan para convertirlas en soluciones viables.



BRAINWRITING

- Los participantes

GUIÓN GRÁFICO (STORY BOARD)

- Es una técnica visual en la que se dibujan secuencias de imágenes o viñetas para contar una historia o representar una idea.
- Permite visualizar procesos y flujos de ideas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA
DIVISIÓN DE LIC. EN ADMINISTRACIÓN



UNIDAD 1

DATOS GENERALES				
ALUMNO: LIZETH GARCÍA MARTÍNEZ				
GRUPO:	605-B	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO:	INNOVACIÓN EMPREDEDURISMO	Y	NOMBRE DOCENTE	DEL MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO: Elaborar una infografía de las técnicas para generar ideas		FECHA: 5 febrero de 2025	PERIODO ESCOLAR: FEBRERO-JUNIO 2025	
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	<u>Características A Cumplir (Reactivo)</u> Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5	A) Buena Presentación,	5		
10	B) El tema asignado fue tratado con propiedad, se ofrecieron detalles y ejemplos.	10		
10	C) Se utilizó un lenguaje adecuado al contexto y se entendieron cada una de las palabras.	10		
10	D) Se incluyeron de forma adecuada todas las referencias de materiales consultados.	10		
5	E) Dicha investigación contiene información relevante .	5		
10	F) Responsabilidad: Entregó LA INVESTIGACION en La Fecha Y Hora Señalada	10		
50%	Calificación	50 %		
FIRMA DEL DOCENTE: PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS				
Tu trabajo muy completo				



Exposición



PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS • 30 ene

50 puntos

Fecha de entrega: 10 feb

investigan casos de éxito de emprendedores creativos para ello recurren a videos, revistas entrevistas y participan en un foro de discusión.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRES TUXTLA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

ALUMNA:

LIZETH GARCÍA MARTINEZ

ASIGNATURA:

INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO

UNIDAD 1:

ENFOQUES Y TÉCNICAS PARA DESARROLLAR HABILIDADES CREATIVAS Y EMPRENDEDORES

DOCENTE:

PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS



HISTORIA

Ben & Frank nació en 2015 cuando Mariana Castillo, estudiante de un MBA en la University of Chicago Booth School of Business, junto con Eduardo Paulsen, Benigno Pérez y María José Madero, decidieron emprender en el mercado óptico mexicano. La idea surgió después de que Mariana compró unos lentes en línea en EE.UU. y notó que en México no existía un modelo similar.

Inspirados por experiencias negativas de compra online y buscando ofrecer lentes graduados a precios más accesibles, lanzaron la marca y vendieron 100 unidades en su primer mes.

Desde su inicio, Ben & Frank se posicionó como una marca digital con una propuesta innovadora, alejándose del formato tradicional de ópticas con un tono fresco y juvenil. Su nombre rinde homenaje a Benjamin Franklin, inventor de los lentes bifocales, reflejando su enfoque disruptivo en la industria.

INNOVACION EN EL SECTOR ÓPTICO

- Ben & Frank revolucionó la industria óptica mexicana al introducir un modelo de negocio centrado en el e-commerce, eliminando intermediarios y ofreciendo lentes de diseño propio a precios accesibles.
- Implementaron un servicio que permite a los clientes seleccionar varios armazones en línea y recibirlos en su domicilio para probarlos antes de realizar la compra, facilitando la decisión de compra y mejorando la experiencia del cliente. Esto les permitió adelantarse al Covid-19 e



ESTRATEGIAS DE MARKETING Y BRANDING

- La personalidad de la marca podría resumirse en dos sencillas palabras: buena onda. Para convertir a sus clientes en una orgullosa comunidad, la empresa los llama «Cuatroojos», transformando lo que en el pasado era un apodo despectivo en un club exclusivo en el que sus miembros se sienten cómodos y, sobre todo, ven y se ven mejor.
- Ben & Frank no tiene «tiendas», tiene «Templos Cuatroojos».
- Sus primeras sucursales contaban con una estética más parecida a la de una elegante cafetería retro que a la de una óptica.
- Con un diseño minimalista y una estética retro, hacen que la experiencia de compra y el engagement con la marca sea aún más «buena onda», dejándote una muy buena sensación al momento de recibir y probarte tus lentes nuevos.



- El probador virtual está presente tanto en su página web como en filtros de Instagram. Con este probador, sin salir de casa puedes probar todos sus modelos usando tu teléfono. Con su filosofía de hacerlo cada vez más fácil para los «cuatroojos».
- La empresa se enfoca en crear diseños modernos y atractivos, adaptados al gusto del mercado mexicano, lo que les permite diferenciarse de la competencia y ofrecer productos únicos.



CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN

- Durante el 2016, a tan solo un año de su fundación, decide abrir su primer punto de venta físico, ubicado en Polanco, Ciudad de México, dando inicio a la expansión de sus canales de venta.
- Para el 2021, la marca ya contaba con casi 30 sucursales a lo largo de 10 ciudades en todo el país, habiendo vendido más de 100 mil modelos tanto en canales físicos como online.
- Al día de hoy, el crecimiento de la óptica mexicana trasciende las barreras del eCommerce, pues tiene presencia en 120 sucursales que recorren gran parte de la República Mexicana, particularmente la Ciudad de México, Puebla, Querétaro, Guadalajara, Quintana Roo, Cuernavaca y demás.
- En la actualidad, tienen presencia en Chile y Colombia, en Chile mas de una decena de sucursales y en Colombia cuenta con cinco sucursales.



- La empresa ha aprovechado plataformas como Instagram y Facebook para promocionar sus productos, interactuar con clientes y construir una comunidad leal de seguidores.
- Ben & Frank utiliza un lenguaje fresco y accesible, lo que los diferencia de las marcas tradicionales y crea un vínculo emocional con sus seguidores.
- La marca también ha sabido aprovechar el poder de los influencers para ampliar su alcance y ganar visibilidad. Colaborando con creadores de contenido y personas influyentes del mundo de la moda y el estilo de vida.



En la actualidad su modelo de negocio luce así:

- Prueba virtual de modelos.
- Consultas gratuitas con oftalmólogos.
- Personalización de lentes: Para la compu, el diario, lentes de sol o simplemente para lucir más guapx.
- Envío directo a casa: Una vez que hayas elegido tus lentes, te los envían directamente a tu casa, y sin costo adicional.
- Tiendas físicas para una experiencia completa: Si prefieres probar tus lentes en persona, visita una de las más de 100 tiendas físicas.
- Precios bajos sin intermediarios.





GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA EXPOSICIÓN

UNIDAD 1

ALUMNA: LIZETH GARCÍA MARTÍNEZ				
DATOS GENERALES				
GRUPO	605-B	CARRERA	LIC. EN ADMON	
NOMBRE DEL CURSO	INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO	NOMBRE DEL DOCENTE	MCA.PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS	
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
PRODUCTO: EXPOSICIÓN investigan casos de éxito de emprendedores creativos para ello recurren a videos, revistas y entrevistas y participan en un foro de discusión.	FECHA 1 DE FEBRERO DE 2025	PERIODO ESCOLAR: FEBRERO JUNIO 2025		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar Las Actividades Que Se Solicitan Y Marque Con Una X En Los Apartados "Si" Cuando La Evidencia Se Cumple; En Caso Contrario Marque "No". En La Columna "Observaciones" Escriba Indicaciones Que Puedan Ayudar Al Alumno A Saber Cuáles Son Las Condiciones No Cumplidas Si Fuese Necesario.				
VALOR REACTIVO	<u>Características A Cumplir (Reactivo)</u> Presentación El Trabajo Cumple Con Los Requisitos De:	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición. Tiempo ajustado al previsto, con un final que retoma las ideas principales y redondea la exposición	5		
10	Presentación de la exposición. La exposición se acompañe de soportes visuales especialmente atractivos y de mucha calidad (imágenes ,videos,...	10		
10	Expresión corporal. Tiene buena postura, y demuestra seguridad en sí mismo durante la presentación. Establece contacto visual con todos los presentes	10		
10	Seguimiento de la exposición Atrae la atención del público y mantiene el interés durante toda la exposición.	10		
10	Dominio y seguridad del tema. Se nota un buen dominio del tema, no comete errores, no duda	10		
5	Desarrollo adecuado en la exposición. Habla claramente durante toda la presentación. Su pronunciación es correcta. Su tono de voz es adecuado	5		
50%	Calificación	50%		
FIRMA DEL DOCENTE:				