

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
ESCUELA DE NEGOCIOS
MAESTRÍA EN COMERCIO,
MENCIÓN EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
Gestión de la Innovación
Profesor: Fernando Del Vecchio, Ph.D

Trabajo Nro. 1: Generación de preguntas.

Grupo Nro.:

Fecha:

Última versión: v.1. Junio 26, 2019.

Hacer buenas preguntas es una importante capacidad de todo profesional. A través de mejores preguntas, podemos innovar. Y no siempre las mejores preguntas son las preguntas más complejas. Quizás lo más difícil es alcanzar un grado de observación y análisis de lo que verdaderamente queremos saber, para preguntarlo de forma genuina, simple y abierta. Hacer mejores preguntas es una habilidad crítica de todo profesional, pues quienes hacen mejores preguntas, obtienen mejores respuestas.

Descripción de la tarea: lean el caso Accor; escriban (al menos) veinte (20) preguntas sobre el mismo (que no sean respondidas por los datos del caso, sino que se orienten a determinar el problema del mismo).

Si no saben qué tipo de preguntas hacer, podrían elegir un rol desde el cual hacerlas. Desde qué posición harían las preguntas: ¿desde la posición de gerente general, de gerente de marketing, de analista externo a la empresa, u otro?

Entrega de la tarea: documento formato Word, tipo y tamaño de letra similar al original (Century Gothic, 12). Título del documento: Grupo_Nro_X_TP1

Bibliografía:

Avery, Jill, Chekitan S. Dev, and Peter O'Connor (2015). *Accor: Reforzar la marca con el marketing digital*. Harvard Business School, Case 316-S10.

Borghino, M. (2017). *El arte de hacer preguntas*. México: Penguin Random House Grupo editorial.