

Presentación Campaña

Chispa Innovadora 2026

Las grandes ideas innovan, transforman y mejoran

1. Antecedente

En 2025, **Chispa Innovadora** se consolidó como una campaña interna orientada a promover la participación de los colaboradores mediante la presentación de ideas de mejora para INPREMA.

Para 2026, se propone dar continuidad al concepto ya posicionado, manteniendo su esencia, pero evolucionando su narrativa visual, estratégica y participativa. La campaña conserva el nombre **Chispa Innovadora**, pero transforma su elemento central: pasamos de la chispa como ignición a la **neurona** como símbolo de inteligencia, conexión, creatividad e innovación aplicada.

Esta evolución permite presentar la campaña no solo como un concurso de ideas, sino como una plataforma institucional de inteligencia colectiva.

2. Racional de campaña

La innovación no nace únicamente de grandes proyectos tecnológicos. También surge de la experiencia diaria de quienes conocen los procesos, atienden a los participantes, identifican barreras y detectan oportunidades de mejora dentro de la institución.

La **neurona** representa el pensamiento, la conexión y la activación de soluciones. Así como una neurona transmite impulsos para generar respuestas, cada colaborador puede aportar una idea capaz de activar una mejora dentro de INPREMA.

Cada idea es una conexión.

Cada conexión puede convertirse en una solución.

Cada solución puede mejorar la experiencia del docente.

Bajo este concepto, **Chispa Innovadora 2026** busca activar la participación interna y convertir el conocimiento de los colaboradores en propuestas concretas que contribuyan a mejorar procesos, fortalecer la atención y optimizar los servicios institucionales.

3. Concepto creativo

Chispa Innovadora 2026

Las grandes ideas innovan, transforman y mejoran

El concepto comunica que INPREMA innova cuando las ideas individuales se conectan con los objetivos institucionales.

La campaña se construye alrededor de una red neuronal que simboliza la inteligencia colectiva de la institución. Cada colaborador representa un punto de conexión; cada idea presentada activa un nuevo impulso; y cada propuesta viable puede convertirse en una mejora real para el servicio que se brinda a los docentes participantes.

4. Idea fuerza

Las grandes ideas innovan, transforman y mejoran

Este mensaje resume la esencia de la campaña: una sola idea puede parecer pequeña, pero cuando se conecta con otras ideas, procesos y áreas, puede generar una transformación institucional significativa.

5. Objetivo general

Impulsar la participación de los colaboradores de INPREMA en la presentación de ideas innovadoras orientadas a mejorar procesos, optimizar servicios y fortalecer la experiencia de atención brindada a los docentes participantes.

6. Objetivos específicos

- Promover una cultura interna de innovación, participación y mejora continua.
- Motivar a los colaboradores a proponer soluciones prácticas desde su experiencia diaria.
- Identificar ideas aplicables que contribuyan a la eficiencia institucional.
- Fortalecer el sentido de pertenencia del personal en los procesos de transformación.
- Reconocer propuestas que generen valor para INPREMA y sus participantes.
- Convertir la campaña en una experiencia visible, dinámica y participativa.

7. Enfoque estratégico

La campaña debe comunicar que innovar no significa necesariamente crear algo complejo, costoso o tecnológico desde cero.

Innovar también puede ser:

- Simplificar un trámite.
- Reducir tiempos de espera.
- Mejorar una respuesta.

- Digitalizar un paso.
- Evitar reprocesos.
- Ordenar una ruta de atención.
- Facilitar información al docente.
- Mejorar la comunicación entre áreas.
- Hacer más eficiente un proceso interno.

El mensaje estratégico será:

“Las mejores ideas pueden venir de quienes viven los procesos todos los días.”

Este enfoque vuelve la campaña cercana, práctica y participativa, eliminando la percepción de que la innovación es exclusiva de áreas técnicas o directivas.

8. Elemento central de campaña: la neurona

La neurona será el símbolo principal de la campaña 2026. Su uso permitirá construir una línea gráfica moderna, institucional y de alto impacto visual.

La neurona representa:

Inteligencia

Porque las soluciones nacen del conocimiento interno de los colaboradores.

Conexión

Porque una idea se fortalece cuando se comparte, se estructura y se vincula con las necesidades institucionales.

Activación

Porque cada propuesta puede generar un impulso de mejora.

Transformación

Visualmente, la campaña utilizará neuronas, impulsos eléctricos, nodos luminosos y conexiones gráficas, integrando el verde esmeralda institucional como color principal, acompañado de blanco, negro y acentos de luz.

9. Componentes diferenciales de la campaña

Para que **Chispa Innovadora 2026** sea más atractiva, dinámica y visible, se propone incorporar elementos experienciales que conviertan la campaña en una activación institucional, no solo en una convocatoria.

A. Mapa neuronal de ideas

Se creará un arte digital donde cada idea recibida se represente como un punto de luz o nodo dentro de una red neuronal.

Este recurso permitirá mostrar el avance de la campaña de forma visual y motivadora, para lo cual el departamento de calidad deberá actualizar la información con las solicitudes recibidas de manera semanal o quincenal.

Ejemplo de mensaje:

“Ya tenemos 35 conexiones activadas.”

B. NeuroLab Chispa Innovadora

Se propone crear un espacio físico o punto de activación denominado:

NeuroLab Chispa Innovadora

Este espacio funcionará como una estación creativa para motivar la generación de ideas.

Puede incluir:

- Código QR de participación.
- Tarjetas para escribir ideas.
- Preguntas detonantes.
- Mensajes motivacionales.

El objetivo es crear un ambiente moderno, diferente y atractivo, donde los colaboradores sientan que sus ideas tienen un espacio para activarse, el cual podría desarrollarse en el área de la cafetería con la asistencia del departamento de calidad, a través de mini talleres.

C. Impulsos de innovación

En lugar de comunicar únicamente “envía tu idea”, la campaña utilizará preguntas detonantes para facilitar la participación a través de afiches colocados en lugares estratégicos.

A estas preguntas se les denominará:

Impulsos de innovación

Ejemplos:

- ¿Qué trámite podría ser más rápido?
- ¿Qué proceso se repite demasiado?
- ¿Qué consulta hacen con mayor frecuencia los docentes?
- ¿Qué paso podríamos digitalizar?

- ¿Qué actividad consume tiempo innecesario?
- ¿Qué proceso genera más retrasos?
- ¿Qué mejorarías si pudieras cambiar algo de tu área?

Estos impulsos ayudarán a que los colaboradores identifiquen ideas concretas y aplicables.

D. Ranking amigable por áreas

Se podrá implementar un ranking institucional de participación por áreas, presentado de forma positiva y motivadora para compartir a través del correo de interés

Ejemplo:

Áreas con más conexiones activadas

1. Atención al Participante
2. Tecnología
3. Beneficios
4. Regionales
5. Mercadeo y Comunicaciones

Este elemento busca generar sana competencia y aumentar la participación interna.

E. Stickers y distintivos de participación

Cada colaborador que participe podrá recibir un sticker, sello digital o distintivo con mensajes como:

- **Chispa activada**
- **Yo conecto ideas**
- **Mi idea ya está en la red**
- **Soy parte de la innovación INPREMA**
- **Aquí nacen soluciones**

Estos elementos fortalecen la visibilidad y el orgullo de participación.

10. Desarrollo de la campaña por fases

Fase 1: Expectativa

“Algo se está activando...”

Objetivo: generar curiosidad e introducir el nuevo lenguaje visual de la campaña.

Mensajes sugeridos:

- **Algo se está activando en INPREMA...**
- **La innovación está en camino.**
- **Una idea puede conectar con el cambio.**
- **Muy pronto, tus ideas activarán nuevas soluciones.**

Piezas sugeridas:

- Artes digitales de expectativa.
- Pantallas internas.
- Mensajes por correo y canales internos.

Fase 2: Lanzamiento

“Conectamos ideas. Activamos soluciones.”

Objetivo: presentar oficialmente la campaña, explicar la mecánica de participación, categorías, fechas, premios y forma de envío.

Acciones sugeridas:

- Presentación oficial de campaña.
- Envío de correo institucional.
- Fondo de pantallas
- Activación del código QR.
- Instalación de afiches.
- Presentación del NeuroLab.
- Socialización de categorías y criterios de evaluación.

Mensaje principal:

“Tu experiencia puede activar una solución para INPREMA.”

Fase 3: Activación y participación

“Cada idea suma una conexión.”

Objetivo: mantener viva la campaña durante el período de recepción de ideas.

Acciones sugeridas:

- Contador semanal de conexiones.

- Ranking amigable por áreas.
- Recordatorios digitales.
- Cápsulas “Neuroideas”.

Ejemplo de cápsula:

Neuroidea #1:

Innovar también es reducir un paso innecesario.

Neuroidea #2:

Una mejora en atención también es innovación.

Neuroidea #3:

Digitalizar un formulario puede transformar una experiencia.

Fase 4: Cierre de participación

“Última llamada para activar tu idea.”

Objetivo: generar urgencia y aumentar la participación antes del cierre.

Mensajes sugeridos:

- **Tu idea todavía puede entrar.**
- **No dejes tu idea apagada. Conéctala.**
- **Quedan pocos días para activar tu propuesta.**
- **La innovación necesita tu experiencia.**

Acciones sugeridas:

- Refuerzo por correo.
- Pantallas internas.
- Mensajes de jefaturas.
- Última actualización del contador de conexiones.

Fase 5: Evaluación y premiación

“Ideas que transforman.”

Objetivo: reconocer las mejores propuestas y fortalecer la credibilidad de la campaña.

Las ideas serán evaluadas conforme a los criterios establecidos y posteriormente se anunciarán los ganadores.

Además de los premios principales, se recomienda incluir reconocimientos simbólicos para ampliar la motivación.

Reconocimientos sugeridos:

- **Área más conectada:** mayor número de ideas presentadas.
- **Idea de alto impacto:** propuesta con mayor beneficio institucional.
- **Idea más viable:** propuesta más factible de implementar.
- **Chispa emergente:** colaborador que participa por primera vez.
- **Conexión regional:** mejor idea enviada desde oficinas regionales.

11. Mecánica de participación

Los colaboradores podrán participar escaneando el código QR de la campaña y completando un formulario breve.

Información sugerida del formulario:

- Nombre del colaborador.
- Área o departamento.
- Nombre de la idea.
- Problema que busca resolver.
- Propuesta de solución.
- Beneficio esperado.
- Categoría en la que participa.
- Recursos necesarios para su implementación.

La mecánica debe ser simple, clara y accesible para facilitar la mayor participación posible.

Llamado a la acción:

Escanea el código QR, conecta tu idea y sé parte de la transformación institucional.

12. Piezas de comunicación sugeridas

Para garantizar una campaña visible, ordenada y coherente, se recomienda desarrollar las siguientes piezas:

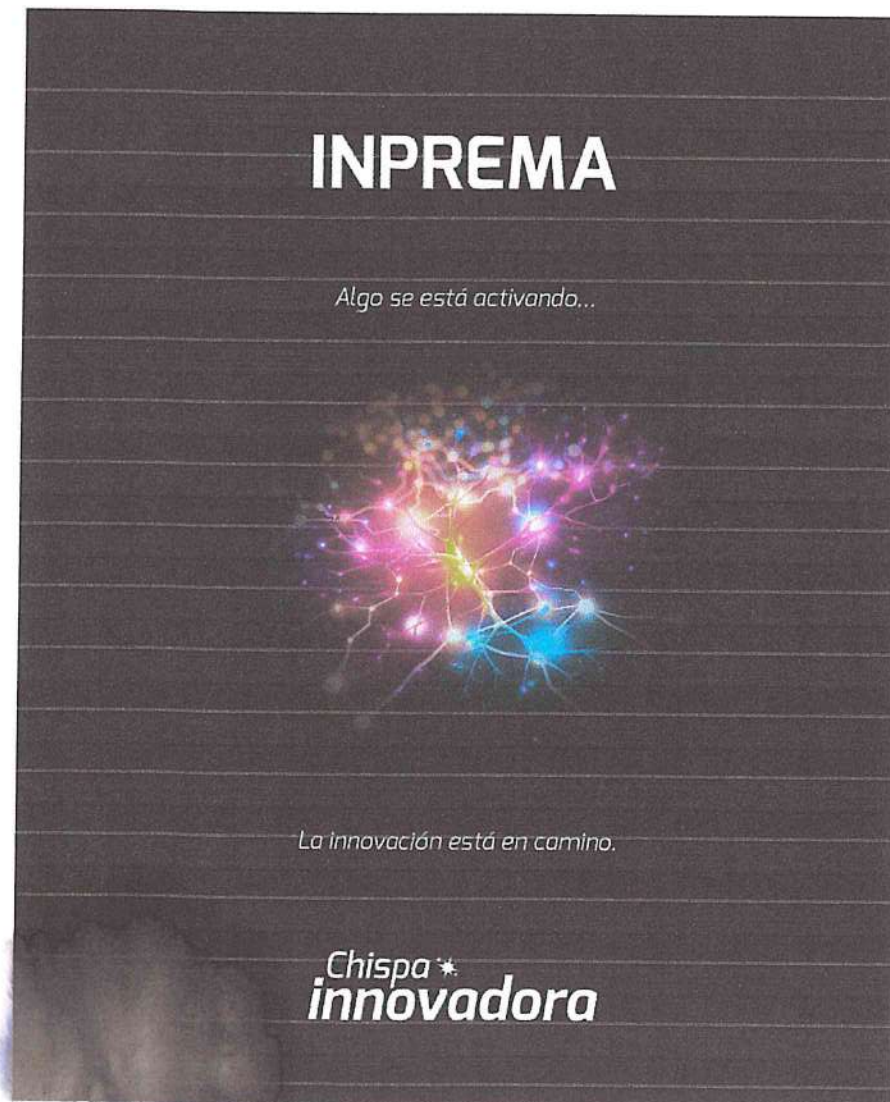
Piezas digitales

- Arte de expectativa.
- Arte oficial de lanzamiento.
- Video teaser.
- Cápsulas “Neuroideas”.
- Contador de conexiones.
- Ranking por áreas.
- Recordatorios de participación.
- Arte de cierre.
- Banners para canales internos.

Piezas físicas

- Afiches o sticker con código QR.
- Roll-up de campaña.
- Stickers o pines distintivos.
- Señalética para NeuroLab.
- Tarjetas POP para escritorios y salas de reunión.

13. Línea gráfica sugerida



INPREMA

Las grandes ideas innovan, transforman y mejoran

Chispa 
innovadora

*Aporta tus ideas para mejorar procesos
escaneando el siguiente código QR y
gana premios en efectivo.*



14. Resultado esperado

Con **Chispa Innovadora 2026** se espera fortalecer la participación interna, identificar propuestas de mejora aplicables y consolidar una cultura institucional orientada a la innovación, la eficiencia y el servicio.

La campaña permitirá que los colaboradores se sientan escuchados, reconocidos y parte activa de la transformación institucional.

Más que un concurso, **Chispa Innovadora 2026** será una plataforma para conectar ideas, activar soluciones y aprovechar el conocimiento interno de INPREMA.

En 2025, INPREMA encendió la chispa.

En 2026, esa chispa evoluciona, se conecta y se transforma en soluciones.

La neurona representa esta nueva etapa: una institución que piensa, escucha, conecta y mejora desde adentro.

Chispa Innovadora 2026

Las grandes ideas innovan, transforman y mejoran