



Curso Emprendimiento: Fundación Persán-UPO

La Creatividad

Año de realización: 2016

PROFESOR
Félix de León Molinari





Objetivo: Dibujar una flor.

Tiempo: 5 segundos.

Resultado: Ser los mejores del mercado



¿Por qué todo el mundo ahora habla de innovación?



*Cuestionate siempre el **status quo**,
disfruta de la incertidumbre, **sal** de
la **zona de confort**.*



Tipos de innovación

Según su aplicación

Según su origen

*Según su
originalidad*

Innovación según su aplicación

Figure 2. CEOs' innovation emphasis.

(Percent of emphasis allocated to each innovation type)

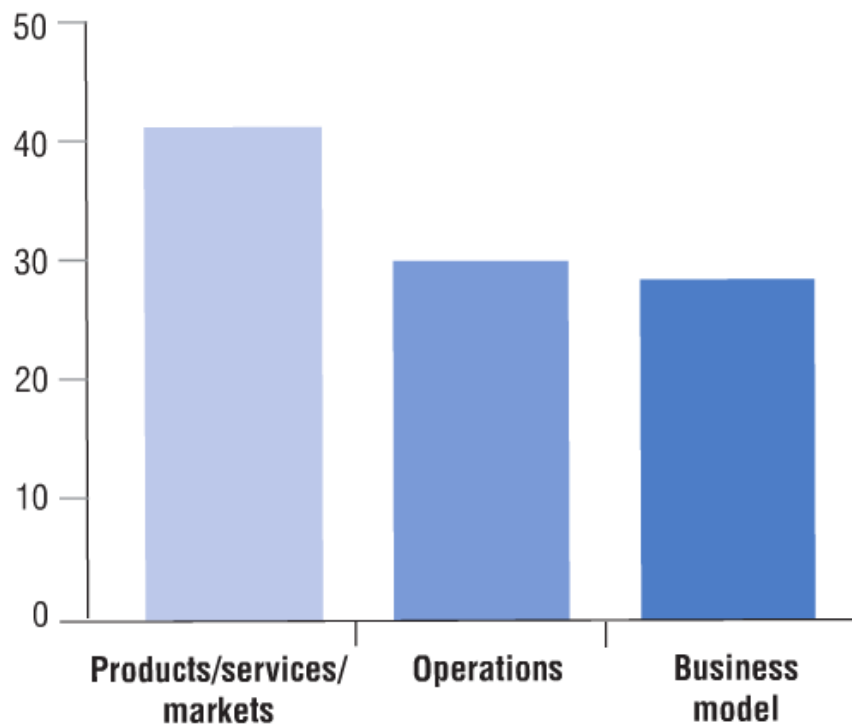
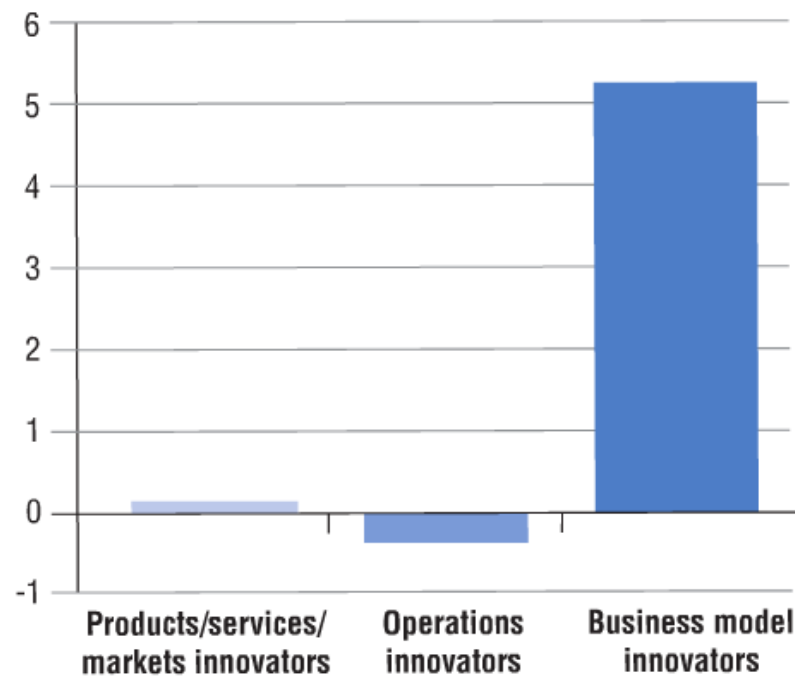


Figure 6. Operating margin growth in excess of competitive peers.

(Percent compound annual growth rate over 5 years)





Innovación según su origen

Open Innovation

3M

User Innovation





Innovación según su originalidad

Incremental

Disruptiva





Be lean up
talent of things



Manuel Jalón



INDICE

- 1.- PREMISAS DEL PROCESO CREATIVO
- 2.- ACTITUDES
- 3.- HERRAMIENTA (CASO PRÁCTICO)
- 4.- TÉCNICAS DEL PROCESO CREATIVO

1.- PREMISAS DEL PROCESO CREATIVO



Enfócate en valores humanos:

Tener empatía por las personas para las cuales estás diseñando y la retroalimentación de estos usuarios es fundamental para lograr un buen diseño.



No lo Digas, Muéstralo:

Comunica tu visión de una manera significativa e impactante creando experiencias, usando visuales ilustrativas y contando buenas historias.



Colaboración Radical:

Junta equipos de personas de variadas disciplinas y puntos de vista. La diversidad permite salir a la luz ideas radicales.



Estar Consciente Del Proceso:

Tener claro el proceso de diseño y saber qué métodos se utilizan en cada fase.



Cultura de Prototipos:

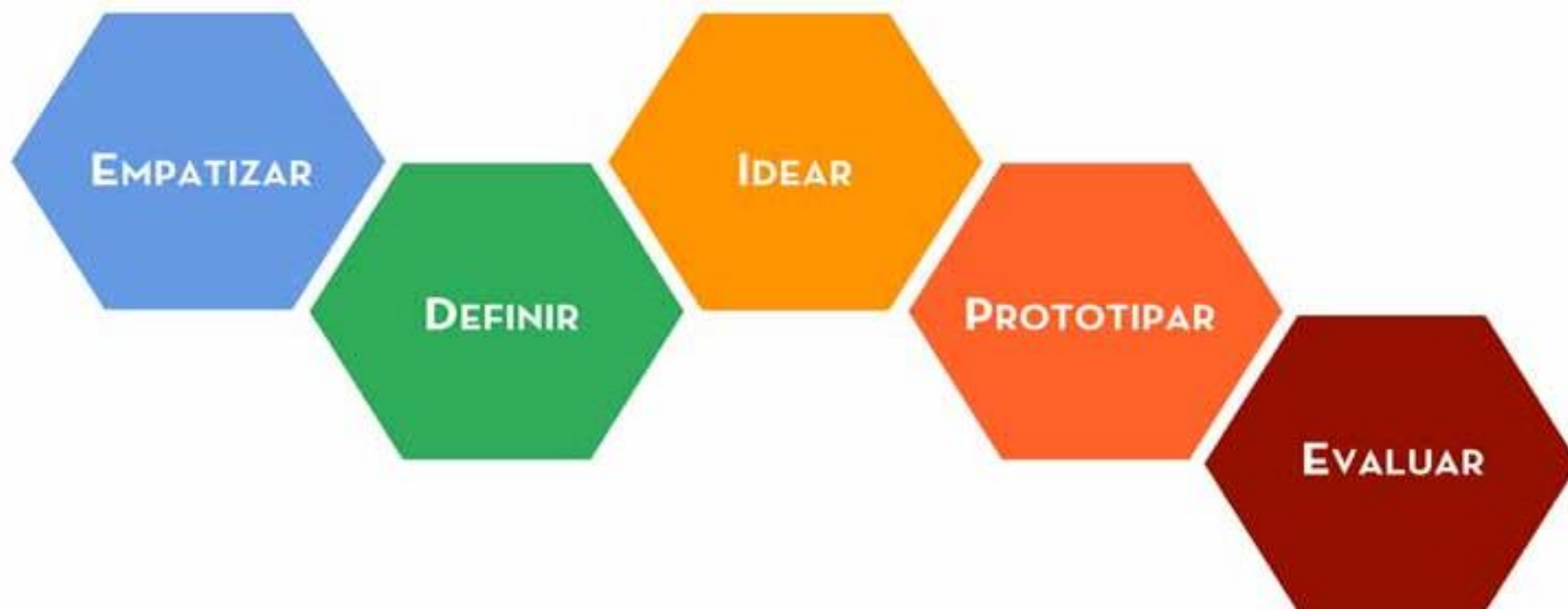
Hacer prototipos no es simplemente una manera de validar las ideas; es una parte integral del proceso de innovación.



Incita a la acción:

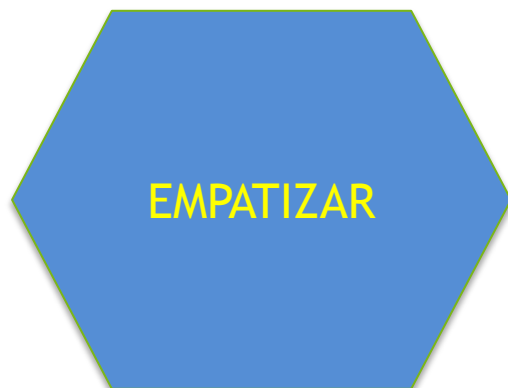
No nos confundamos con el nombre ya que no se trata de pensar sino que de hacer. Del pensar a la acción.

2.- ACTITUDES





2.- ACTITUDES: EMPATIZAR



OBSERVAR

INVOLÚCRATE

¿ POR QUÉ?

MIRA Y ESCUCHA

PÍDELE



2.- ACTITUDES: DEFINIR



ENMACAR PROBLEMA CON ENFIQUE DIRECTO

QUE SEA INSPIRADOR PARA EL EQUIPO

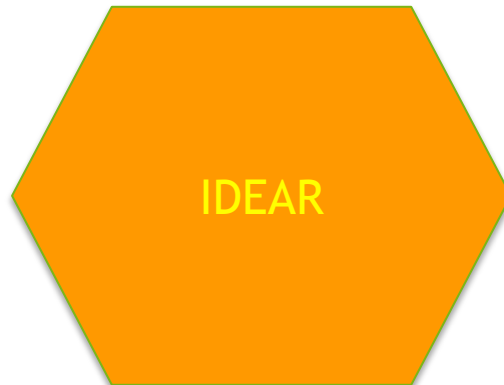
QUE GENERE CRITERIOS PARA EVALUAR IDEAS

QUE CAPTURE LAS MENTES DE LA PERSONAS

QUE AYUDE A RESOLVER EL PROBLEMA



2.- ACTITUDES: IDEAR



PENSAR EN SOLUCIONES QUE SON OBIAS

APROVECHAR LAS VISIONES DEL EQUIPO

DESCUBRIR AREAS INESPERADAS DE EXPLORACIÓN



2.- ACTITUDES: PROTOTIPAR



MOTIVOS:

- * PARA CONSTRUIR
- * PARA COMUNICAR
- * PARA COMETER ERRORES (BARATO)
- * PARA EVALUAR ALTERNATIVAS
- * PARA CONTROLAR EL PROCESO DE CREACIÓN DE SOLUCIONES



2.- ACTITUDES: PROTOTIPAR



FORMAS DE HACER PROTOTIPOS

- * EMPIEZA CONSTRUYENDO
- * NO LO DEDIQUES DEMASIADO TIEMPO
- * IDENTIFICA LAS VARIABLES
- * TRABAJA CON UN USUARIO EN LA MENTE



2.- ACTITUDES: PROTOTIPAR

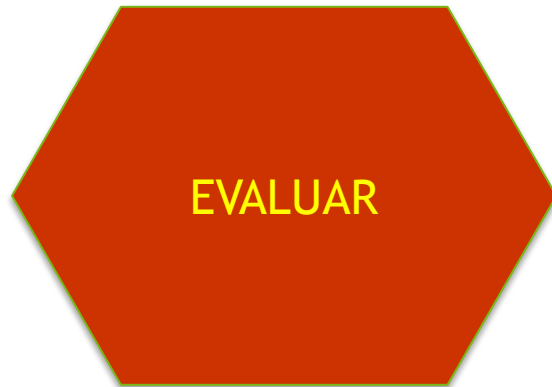


HERRAMIENTAS PARA PORTOTIPAR

- * DUBUJO: PROGRAMAS SKETCHBOOKEXPRESS
- * PRESENTACIONES: POWER POINT, PREZI
- * ANUNCIOS: POWTOON, MOOVLY
- * WEBS: WORDPRESS
- * PROTOTIPOS REALES: PROTOSPAIN, QUIEROFABRICAR



2.- ACTITUDES: EVALUAR



PARA REDEFINIR PROTOTIPOS Y SOLUCIONES

PARA APRENDER MÁS DEL USUARIO

PARA DEFINIR POV

PARA CREAR EXPERIENCIAS

PARA COMPARAR



3.- HERRAMIENTAS: CASO PRÁCTICO



4.- TÉCNICAS DE PROCESOS CREATIVOS

4.1.- ¿ QUÉ, CÓMO Y POR QUÉ?

4.2.- PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA

4.3.- ENTREVISTA PARA EMPATIZAR

4.4.- COMPARTE Y DOCUMENTA HISTORIAS

4.5.- SATURAR Y AGRUPAR

4.6.- MAPA DE EMPATÍA

4.7.- MAPA DE TRAYECTORIA

4.8.- PERSONAS

4.9.- DEFINIR EL PROBLEMA JUGANDO

4.10.- CHECKLIST DE LECTURA CRÍTICA



4.- TÉCNICAS DE PROCESOS CREATIVOS

4.11.- ¿ CÓMO PODRÍAMOS?

4.12.- REGLAS DEL BRAINSTORMING

4.13.- GUIAR EL BRAINSTORMING

4.14.- CARDSORTING: SELECCIÓN

4.15.- HACER PROTOTIPOS



4.1.- ¿ QUÉ, CÓMO Y POR QUÉ?

- * QUÉ ESTÁ HACIENDO LA PERSONA QUE OBSERVAS: DETALLES
- * CÓMO LO ESTÁ HACIENDO: REQUIERE ESFUERZO, PARECEN APURADOS....
- * POR QUÉ? SE REQUIEREN PRESUNCIONES



4.2.- PREPARACIÓN PARA LA ENTREVISTA

- * NO HAY MEJOR IMPROVISACIÓN QUE LA QUE ESTÁ PREPARADA**
- * TENDREMOS POCO TIEMPO Y DEBEMOS APROVECHARLO**
- * CONVERSACIÓN FLUIDA (NO INTERROGATORIO)**



4.3.- ENTREVISTA PARA EMPATIZAR

- * PREGUNTAR POR QUÉ**
- * INCENTIVA LAS HISTORIAS**
- * PON ATENCIÓN AL LENGUAJE NO VERBAL**
- * NO SUGIERAS LAS RESPUESTAS**
- * HAS PREGUNTAS DE MANERA NEUTRAL**
- * NO HAGAS PREGUNTAS BINARIAS**
- * HAZ PREGUNTAS POR VEZ, UNA PERSONA A LA VEZ**



4.4.- COMPARTE Y DOCUMENTA HISTORIAS

- * TODOS LOS MIEMBROS DEL GRUPO CUENTAN HISTORIAS AUNQUE SEA DE LA MISMA REUNIÓN**
- * LE DA VELOCIDAD A LA INFORMACIÓN RELEVANTE**
- * DA MAYOR SIGNIFICADO A LO OIDO-VISTO**
- * VEMOS CADA DETALLE CON CADA PUNTO DE VISTA DEL EQUIPO**



4.5.- SATURAR Y AGRUPAR

- * LO VISTO EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO**
- * SINTETIZAR Y AGRUPAR IDEAS Y REFLEXIONES**



4.6.- MAPA DE EMPATÍA

- * DIAGRAMA QUE PUEDA CAPTURAR MÚLTIPLES OBSERVACIONES EN EL TIEMPO (UN DÍA DE USUARIO)
- * PUEDE HACERSE POR OBSERVACIÓN O PORQUE LO PINTE EL USUARIO
- * LUEGO VER EN QUE MOMENTO OCURREN LAS COSAS Y POR QUÉ EN ESOS MOMENTOS



4.7.- MAPA DE TRAYECTORIA

- * DIAGRAMA QUE PUEDA CAPTURAR MÚLTIPLES OBSERVACIONES EN EL TIEMPO (UN DÍA DE USUARIO)
- * PUEDE HACERSE POR OBSERVACIÓN O PORQUE LO PINTE EL USUARIO
- * LUEGO VER EN QUE MOMENTO OCURREN LAS COSAS Y POR QUÉ EN ESOS MOMENTOS



4.8.- PERSONAS

DEFINIR EL USUARIO TIPO DONDE VEAMOS:

- * LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN
- * POR QUÉ USAN/COMPRAN/UTILIZAN EL PRODUCTO O SERVICIO
- * CUALES SON LAS MOTIVACIONES



4.9.- DEFINIR EL PROBLEMA JUGANDO

CONTANDOME LA HISTORIA COMENZANDO POR

EL (USUARIO) NECESITA (NECESIDAD) PORQUE (MOTIVACIÓN)

UNA NIÑA ADOLESCENTE NECESITA COMER MENOS Y MÁS NUTRITIVO PORQUE TIENE OBESIDAD



4.9.- DEFINIR EL PROBLEMA JUGANDO

CONTANDOME LA HISTORIA COMENZANDO POR

EL (USUARIO) NECESITA (NECESIDAD) PORQUE (MOTIVACIÓN)

UNA NIÑA ADOLESCENTE NECESITA COMER MENOS Y MÁS NUTRITIVO PORQUE TIENE OBESIDAD

O

UNA NIÑA ADOLESCENTE CON PROBLEMAS DE ALIMENTACIÓN NECESITA SENTIRSE ACEPTADA SOCIALMENTE CUNADO COME PORQUE EN SU BARRIO LOS RIESGOS SOCIALES SON MÁS PELIGROSOS QUE LOS DE SALUD



4.10.- CHECKLIST DE LECTURA CRÍTICA

METODO PARA VER SI LA DEFINICIÓN DEL PORBLEMA ES VÁLIDO

- * CUAL ES EL PUNTO? ¿ CUAL ES EL ENFOQUE? CUAL ES EL MARCO DE LA PROBLEMÁTICA?
- * QUÉ TAN VALIDA ES LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA? ESTÁ RESPALDADO POR DATOS? ES EL RESULTADO DE VARIOS ESTUDIOS?
- * QUE HAY DE NUEVO EN EL PROBLEMA? SI NO HAY NADA NUEVO ESPECIFICA MÁS
- * A QUIEN LE IMPORTA? VALE LA PENA ACOMETER EL PORYECTO?



4.11.- PREGUNTA COMO PODRÍAMOS

UNA VEZ DEFINIDO EL PORBLEMAS. COMO PODRÍAMOS SOLVENTARLO?



4.12.- REGLAS DEL BRAINSTORMING

- * 15 Ó 30 MINUTOS**
- * UTILIZA PIZARRA**
- * DESCRIBE DE FORMA VISUAL TODAS LAS IDEAS**
- * CADA UNO DEBE ESCRIBIR SUS IDEAS Y COMPARTIRLAS**
- * NO CRITIQUES LA IDEA**
- * CONSTRUYE SOBRE LA IDEA**



4.13.- GUIAR EL BRAINSTORMING

DEBE HABER UN FACILITADOR QUE DÉ:

*** ENERGÍA: PROACTIVO EN GENERACIÓN DE IDEAS**

*** REQUERIMIENTOS: AÑADE REQUERIMIENTOS A LAS IDEAS QUE VAN SALIENDO**

*** ESPACIO: QUE NO SE AGLOMEREN LAS IDEAS EN LA PIZARRA. SI LO ESTÁN EN LA PIZARRA LO ESTARÁN EN LA CABEZA**



4.14.- CARDSORTING

SELECCIÓN DE IDEAS (NO TE PREOCUPES SI SON VIABLES O NO)

- * VOTACIÓN DE POST IT: CADA MIEMBRO TIENE 3 VOTOS PARA 3 IDEAS
- * METODO DE LAS 3 CATEGORÍAS: OPTAR POR UNA O DOS IDEAS DE ESTAS 4 CATEGORÍAS:
 - LA MÁS RACIONAL
 - LA MÁS ATRACTIVA
 - LA MÁS SIMPLE
- * METODO SELECCIÓN: SI ME PERMITEN GENERAR UN PROTOTIPO:
 - FÍSICO
 - VIRTUAL
 - DE EXPERIENCIAS



4.14.- CARDSORTING

SELECCIÓN DE IDEAS (NO TE PREOCUPES SI SON VIABLES O NO)

- * VOTACIÓN DE POST IT: CADA MIEMBRO TIENE 3 VOTOS PARA 3 IDEAS**
- * METODO DE LAS 3 CATEGORÍAS: OPTAR POR UNA O DOS IDEAS DE ESTAS 4 CATEGORÍAS:**
 - LA MÁS RACIONAL**
 - LA MÁS ATRACTIVA**
 - LA MÁS SIMPLE**
- * METODO SELECCIÓN: SI ME PERMITEN GENERAR UN PROTOTIPO:**
 - FÍSICO**
 - VIRTUAL**
 - DE EXPERIENCIAS**



4.15.- HACER PROTOTIPOS

NOS SIRVE PARA APRENDER DE:

*** EL USUARIO**

*** LA SOLUCIÓN**

EL PROTOTIPO PARA VER

*** POR EL USUARIO**

*** POR EL EQUIPO**



4.15.- HACER PROTOTIPOS

ALGUNOS CONSEJOS:

- * EMPIEZA A CONSTRUIR
- * NO PIERDAS DEMASIADO TIEMPO
- * CONSTRUYE COMO USUARIO
- * QUE RESPUESTAS ESPERAS
- * IDENTIFICA UNA/VARIAS VARIABLE



CONTACTO:

* FELIX DE LEON

* FLEON@GRULEMO.COM

* 692.47.92.48