



Innovación



Creatividad e Innovación, II

INNOVACIÓN

- Definición y aspectos básicos
- Ejemplos
- Caso de estudio
- Creatividad, Innovación y Empatía
- Vídeo recomendado
- Tareas y anuncio de próxima sesión



¿Qué es Innovar?

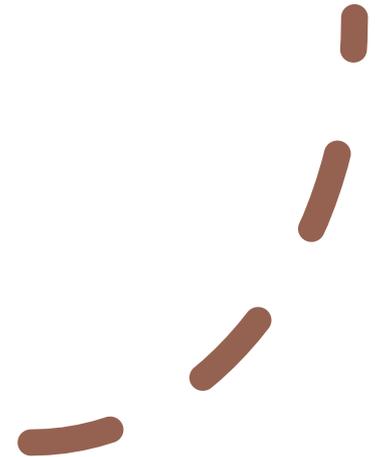


- “Introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto, proceso, método de comercialización o método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización de su lugar de trabajo o en sus relaciones exteriores” (OECD, 2005).
- “Introducción de un nuevo o mejorado producto o proceso (o una combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos o procesos previos de la unidad institucional y que ha sido puesto a disposición de potenciales personas usuarias (producto) o implementado en la unidad institucional (proceso)” (OECD, 2018).

INNOVACIÓN



Hablamos de innovación cuando estamos en presencia de una nueva solución, que es significativamente distinta a lo que existe, que tiene valor para el público usuario y está dispuesto a pagar por ella



INNOVACIÓN & TECNOLOGÍA

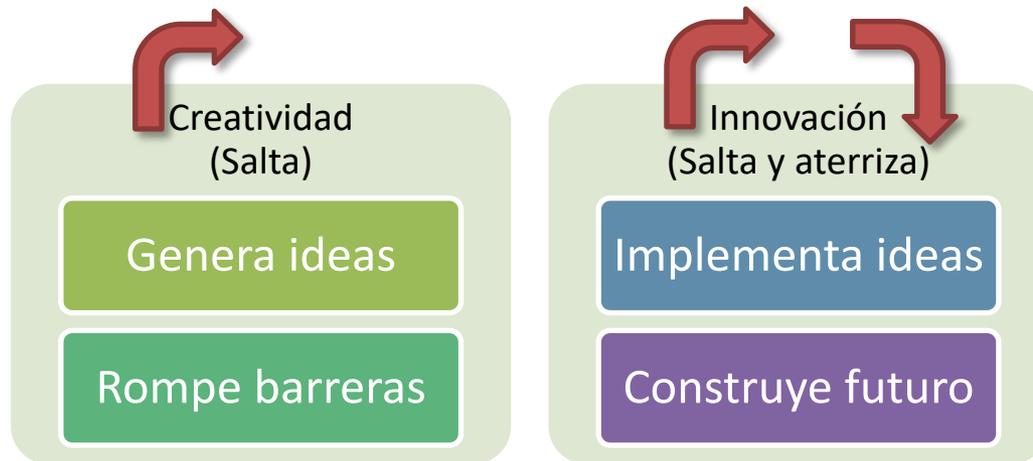


Bajo esta mirada, la innovación no tiene un estricta dependencia con la tecnología: la tecnología es un medio que apoya el desarrollo de una innovación específica



Innovación & Creatividad

“La **creatividad** es pensar en ideas nuevas y apropiadas, mientras que la **innovación** es la aplicación con éxito de las ideas.





INNOVACIÓN

CREAR VALOR PARA LAS PERSONAS

CREAR lo que aún no existe

VALOR lo que la gente quiere

UNA NUEVA SOLUCIÓN PARA UN
PROBLEMA RESIGNADO



ACTITUDES PARA LA INNOVACIÓN

Algo que es **imposible** para los
seres humanos

pero que sería **espectacular** si
pudiéramos hacerlo.



ACTITUDES PARA LA INNOVACIÓN

imposible

pero

espectacular

No morir (o volver de la muerte)

Tele-transportarse

No envejecer o enfermarse (o curación instantánea)

Respirar bajo el agua

Estar en dos lugares al mismo tiempo

Cambiar de forma o color (ser invisible)

Viajar en el tiempo (o ver el futuro)

Comunicarse con la mente (humanas y otras)

Volar

Visión de Rayos X

Caminar por encima o debajo del agua



¿ALGUNA IDEA?



Ejemplos sencillos de Innovación



Personas que requieren y/o valoran la higiene dental y, en consecuencia necesitan cepillar sus dientes...

¿Quiénes son esas personas?





Personas viajeras



Cerdas cónicas
SlimTip™
Flexibles y suaves
con las encías

Observe como las
delgadas cerdas azules
pueden ingresar por
debajo del margen
gingival



Amantes de la tecnología



Motivos médicos...



Público infantil



Personas “verdes”



¿Personas?



Caso de estudio Kimberly Clark

- El equipo ejecutivo de la compañía observó que estaban perdiendo cuota de mercado
- Decidió explorar las necesidades en torno al uso y compra del pañal, incluso a crear un nuevo concepto de pañal

ANTECEDENTES

- 1980's. La venta de pañales era entendida como un negocio de productos “básicos”.
- La competencia en el mercado había aplicado exitosamente sus talentos de ingeniería en resolver el control de la “humedad” y de los “desechos”.
- No había gran diferenciación.
- K.CLARK disponía de algunas patentes que incluían diseño de pañales superabsorbentes que además resolvieran el tema de la MOVILIDAD.
- Dado que se requería un examen ERGONÓMICO, se desarrollaron maniqués para testear y probar en laboratorio.
- K.CLARK pensaba en el negocio de los pañales como algo desapegado del entorno de las emociones.

CAMBIO DE MARCO

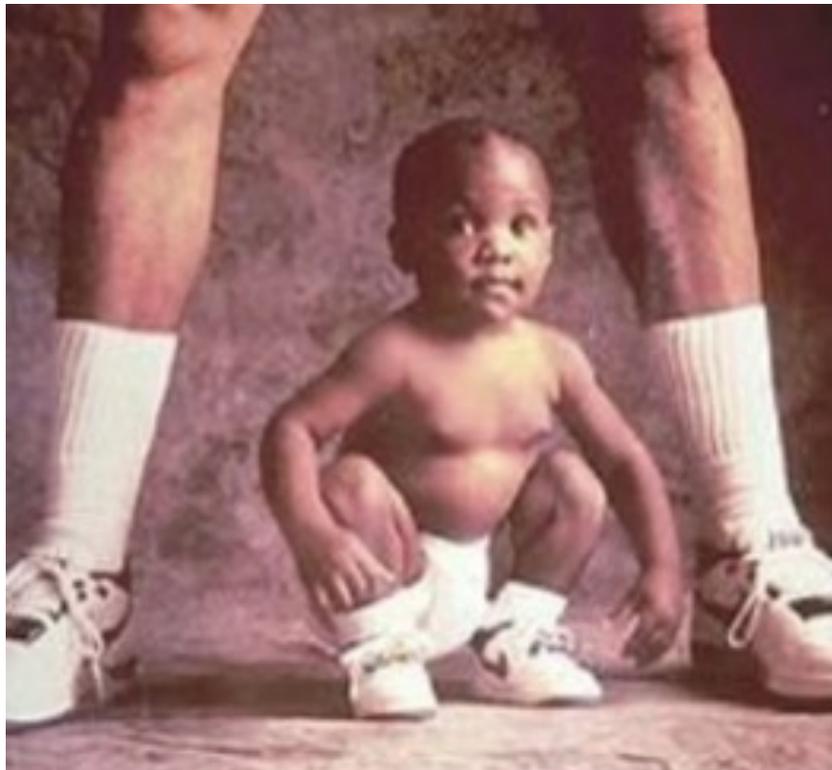


En 1988 P & Gamble, su competencia, lanzó al mercado los pañales diferenciados para niño y para niña. Fueron los números 1 en el mercado: Los pañales ya no eran solo un producto “básico”

CAMBIO DE MARCO

- Los ejecutivos de K.CLARK advirtieron que debían pensar en nuevas direcciones para liderar el mercado
- Contrataron a una firma de diseño para salir a **observar** de cerca e interactuar con los clientes-padres, cuidadores/as, y usuarios/as de los pañales.
- Y se dieron cuenta de que las historias importantes para K.CLARK no eran las historias importantes para las familias, en torno al tema de los pañales.

SE REVELARON NECESIDADES



**SOME OF OUR FAVORITE ATHLETES
HAVE NOWHERE TO GO BUT UP.**

Have you ever noticed
the latest top-down
shoes for the most
tough people?
Well, so have we.
Which is why every pair
of infant shoes comes
equipped with soles to
keep the tiniest of feet
right where they should be.
Like an extra-wide
base for a more controlled
step. Or just flexibility. And
with a support.
That's why the best
reason for your favorite
player in a pair of Nike
Infant shoes, can be
to contribute to that
vibrant, energetic
low-to-the-ground
... Like the look of an
athlete who is about to
reach their potential.



- Los pañales son parte de la vestimenta de niños/as.
- Las ropas de los niños/as no son prendas de eliminación de residuos.
- La ropa de los niños/as simboliza éxito futuro, y control.
- Se necesita gestionar el proceso de entrenamiento del manejo de esfínteres.

LAS
NECESIDADES
INSPIRARON
NUEVOS
CONCEPTOS



CON EXITOSOS RESULTADOS

- Integración del pañal con la vestimenta
- Pañales de entrenamiento para ir al baño





LA INNOVACIÓN

La tecnología del producto no cambió, pero el **significado del producto** es muy distinto:

- La historia de K.CLARK era acerca de fluidos y residuos.
- La historia de las familias era acerca de mantener a sus hijos/as confortables, y los pañales formaban parte.
- K.CLARK cambió la historia del “manejo de fluidos” a “proteger/cuidar”.



Imagen: Oliber

Actualidad | País

Oliber: la órtesis creada por estudiantes chilenas que la rompió en Silicon Valley

Creado por estudiantes de título de la Universidad del Desarrollo, esta simple órtesis con imanes y forma de guante tiene la capacidad de facilitarles la vida diaria a personas que no tienen manos funcionales.

Por Eloísa Alberdi  | 2017-05-25 | 07:00

<https://youtu.be/iNhywyPAJ4U>



¿Para qué sirve innovar?

- Para hacer más fácil la vida de las personas y nuestra vida propia también.
- Innovar nos hace crecer como personas en todos los aspectos de nuestra vida tanto personal como laboral.
- Para tener la habilidad de reaccionar y adaptarnos a los cambios sin perder nuestra motivación.
- Para solucionar problemas distintos de maneras distintas utilizando la creatividad.

¿Cómo podríamos tener una actitud innovadora?

Algunos Tips

Adiós estereotipos

Hola empatía

Adiós perfeccionismo
(miedo a equivocarnos)

Cambio de perspectiva (pensamiento lateral)

Adiós zona de confort

Cómo podríamos...?

QUIZAS EL NO PODER SALIR
SEA PARA QUE COMENCEMOS A
CAMBIAR EL MUNDO DESDE
DENTRO.

- ✓ Ver con ojos nuevos
- ✓ Encontrar conexiones inesperadas
- ✓ Hacer las preguntas correctas
- ✓ Doblar las reglas

ANTO MIRANDA

Anto



Creatividad, Innovación y Empatía



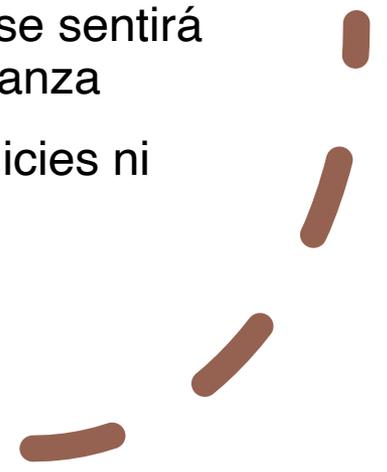
- ❖ La Creatividad es mayor en la infancia. A medida que nos ajustamos a las “normas”, la vamos perdiendo.
- ❖ Todo el mundo puede ser creativo. O volver a serlo. Pero para INNOVAR debemos crear valor: necesitamos solucionar la necesidad de alguien.
- ❖ Necesitamos vincularnos con las personas, humildemente tratar de comprenderlas, de identificar sus verdaderas necesidades, de involucrarnos tanto con su problemática que ocupemos toda nuestra energía en tratar de encontrar soluciones viables, de realmente ponernos en sus zapatos.



Creatividad, Innovación y Empatía



- ❖ Escucha, y comienza a observar su entorno, su cuerpo, sus expresiones, sus silencios
- ❖ Trata de imaginar por qué las personas hacen lo que hacen, qué les motiva
- ❖ El interés debe de ser genuino, realmente pon todo tu empeño en comprender los sentimientos de la persona que tienes enfrente
- ❖ Trata de hablar más de emociones que de hechos, así la persona se sentirá comprendida y generarás confianza
- ❖ Y lo más importante, no enjuicies ni des consejos que no te pidan.



Creatividad, Innovación y Empatía



- ❖ La empatía es un ejercicio diario, y no sólo con tu “posible clientela”, ten empatía con tus compañeras/os y con personas de diferentes entornos
- ❖ Cultiva la empatía, no sólo te hará más innovador/a, te hará sentir mejor con tu entorno. Te sentirás increíblemente más conectado/a con las demás personas.



Lecturas / Vídeos Recomendados

Charla TEDx: **EMPATÍA, LA CLAVE PARA
LA INNOVACIÓN** | Luis Arnal

https://youtu.be/E5kaxWOh_2o

Tormenta de Ideas

1. Observen problemas cotidianos de las personas, o necesidades no satisfechas adecuadamente

2. Hagan individualmente una lista, y determinen luego con su equipo en qué problema -o necesidad- van a enfocarse para iniciar su proyecto

3. Hagan un *'Brainstorming'*, o un *'Brainwriting'* asincrónico (según proceso indicado en lección anterior), para buscar posibles productos o servicios que podrían minorar o eliminar el problema -o satisfacer la necesidad detectada-

4. Resuman el proceso en el Foro del equipo (U-Cursos) indicando sus resultados

T
a
r
e
a

Consejos para su Tormenta de Ideas:

Observen los
problemas de las
personas

ESCÚCHENLAS

Enfóquense en
solucionar
problemas de la
gente

Generen ideas.
Ideas. Muchas
Ideas!

Próxima sesión:

- ✓ ¿Qué papel juegan nuestras emociones en los procesos de decisión?
- ✓ ¿Somos un blanco fácil para la publicidad?





Gracias por su atención