



Propuesta de colaboración entre CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN COSTA RICA  
y Óscar Aníbal Pozuelos

## **Taller: Procesos de innovación para las industrias creativas.**

ATT: JOSE MONTERO PEÑA - ENERO 2018

**ÓSCAR  
ANÍBAL  
POZUELOS**

.....  
*creativity from a  
different perspective*



*Si sólo piensas en lo que ya has pensado, sólo conseguirás lo que ya has alcanzado.*

**- Marty Neumeier**



# ADAPTÁNDONOS A UN MUNDO EN CONSTANTE CAMBIO

Estamos enfrentándonos a un nuevo tipo de problemas que traen consigo desafíos nuevos. Hablamos de problemas complejos (*whicked problems*) dentro de contextos cambiantes. Las formas antiguas de resolver problemas han quedado obsoletas y uno de los mayores desafíos para conseguir una verdadera diferenciación es adaptarse a este mundo cambiante cada vez más orientado a los servicios y a los estilos de vida.

Las industrias culturales y creativas representan una gran oportunidad para el desarrollo social y económico a nivel global, aunque no habían estado en el punto de mira de los distintos actores económicos. El auge de las nuevas tecnologías, la hiper conectividad, redes sociales, la inmediatez y el acceso a la información han cambiado nuestra forma de entender el mundo y de relacionarnos con nuestro entorno; la industria como la conocíamos ha cambiado, y estos cambios representan una oportunidad excelente para el desarrollo de productos y servicios relacionados con la cultura y la creatividad.

El ecosistema emprendedor ha sido un claro reflejo de las oportunidades que este tipo de industrias representan, las empresas que se insertan dentro de este sector son motores de crecimiento y cambio en los contextos en los que se insertan. Claros ejemplos

son los barrios "creativos" de las distintas ciudades a nivel global.

Es por esto que para tener éxito, las empresas necesitan innovar, ser creativas, pensar de manera distinta para poder ser competitivas, y así, alcanzar el éxito. Estamos viviendo la era de la creatividad y la economía creativa.

## ¿Pero cómo innovar?

Nuevas maneras necesitan de nuevos enfoques. Nuevas miradas que nos permitan enfrentarnos a las distintas realidades de una forma distinta. Procesos participativos en los que se construye de forma colaborativa y en dónde el compartir es fundamental para encontrar soluciones innovadoras que tienen en cuenta a los distintos actores y el contexto en el que se insertan.

*No es crear una necesidad, es crear desde la necesidad.*

Con un entendimiento profundo del contexto y diseñando con y para las personas. Entendiendo sus necesidades reales. Poniendo a todo el mundo a trabajar en una meta común y participando de un proceso en el que todos aportan ideas y construyen para una solución que trata de satisfacer esas necesidades.

*Es aquí donde el pensamiento divergente y la creatividad entra en juego, ya que cambian la manera en la que se afrontan los problemas.*

Procesos destinados a innovar. Metodologías que enmarcan todas las posibles perspectivas y actividades relacionadas con los distintos productos o servicios desde un punto de vista humano (*human centered*) y creativo de tal manera que todo gire en torno a la persona o usuario, sin dejar de lado los retos que supone el innovar (*Design challenges*).

Una de las fuertes de estos procesos es que las buenas ideas surgen de un proceso participativo en el que los equipos se conforman de personas con diferentes orígenes, habilidades y puntos de vista.

A través del razonamiento inductivo, tratan de imaginar un mundo sin las restricciones del pensamiento lógico, haciendo a las personas actuar y tomar posesión de sus propias decisiones. Un proceso que fomenta la creatividad y la toma de decisiones. Es trabajo creativo en equipo que implica la observación y la construcción colectiva, o co-creación para la búsqueda de soluciones consensuadas y con enfoques nuevos e innovadores.

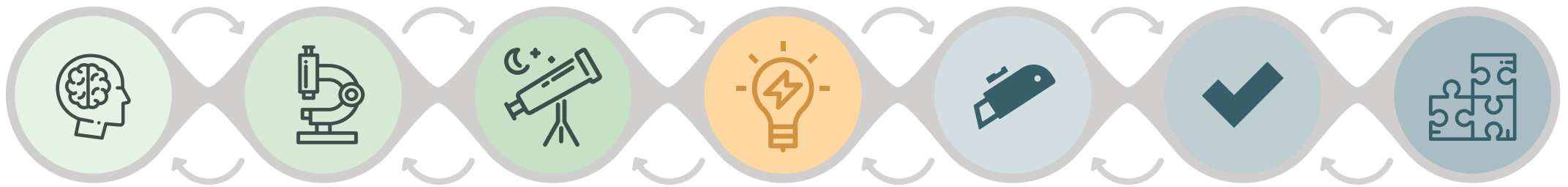
**EL PROCESO**

# PROCESO

EXPERIENCIA

CREATIVIDAD

DISEÑO Y EJECUCIÓN



**ENTENDER**  
*(comprender)*

**OBSERVAR**  
*(analizar)*

**DESCUBRIR**  
*(definir)*

**IDEAR**  
*(co-crear)*

**PROTOTIPAR**  
*(co-diseñar)*

**TESTEAR**  
*(aprender)*

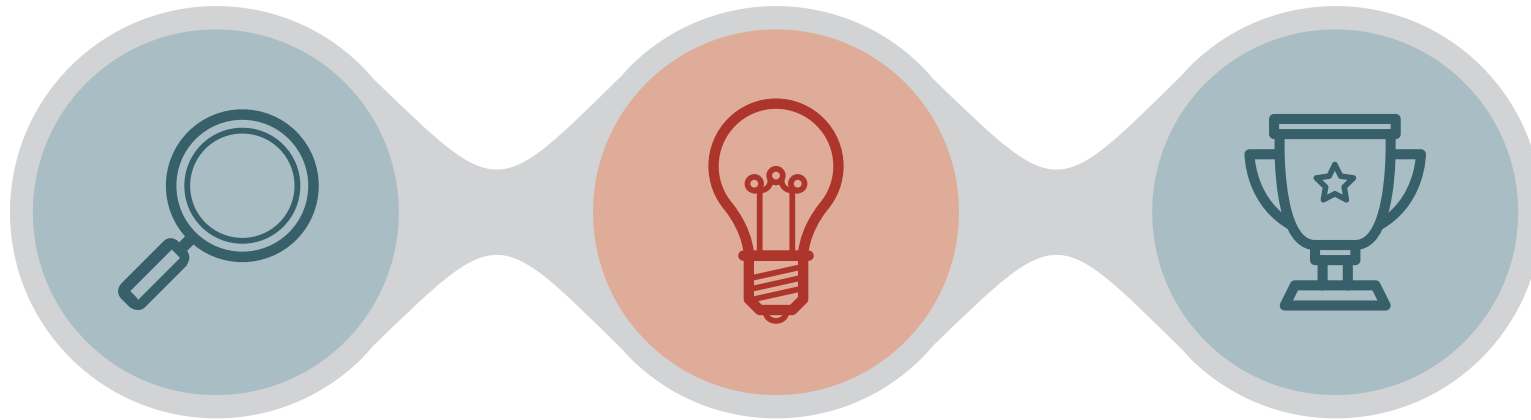
**IMPLEMENTAR**  
*(revisar)*

USUARIOS / MERCADOS

HIPÓTESIS / MODELOS

**LOS 7 PRINCIPIOS BÁSICOS DEL DESIGN THINKING**

# FASES



## INSPIRACIÓN *fase 01*

## IDEACIÓN *fase 02*

## IMPLEMENTACIÓN *fase 03*

### FASE 01. INSPIRACIÓN

En esta fase tratamos de entender el problema y observar el contexto en el que se desarrolla. La observación se hace siempre poniéndonos en los zapatos del usuario al que va dirigido el producto o servicio.

El objetivo es buscar hechos (insights) que nos permitan entender las necesidades del usuario e interpretarlas como oportunidades para innovar.

#### Técnicas para esta fase:

*Mapa del problema, mapa de retos, AEIOU, Entrevistas por empatía, Experiencias análogas, safaris,*

### FASE 02. IDEACIÓN

Aquí comenzamos a generar ideas que nos ayudan a crear posibles escenarios futuros que buscan dar solución al problema siempre teniendo presente a la persona a la que nos dirigimos y los insights claves que hemos elegido.

#### Técnicas para esta fase:

*¿Como podríamos?, What if? Piensa al revés, Un mundo ideal, Comparte historias, Rompiendo patrones.*

### FASE 03. IMPLEMENTACIÓN

Se trata de actuar. Con las soluciones escogidas se realizan prototipos rápidos que se prueban y validan para identificar las posibles áreas de mejora y así iterar en el proceso de ideación y conceptualización. Una vez se decide que la solución es válida se procede a elaborar el plan de acción y de negocio.

#### Técnicas para esta fase:

*Mockup, Story Telling, Story Board, Feedback Matrix,*



**Óscar Aníbal  
Pozuelos Rodríguez**

Consultor y diseñador estratégico. He trabajado en todo tipo de ambientes, desde grandes corporaciones como Disney a pequeños estudios y consultoras así como diversas instituciones (*Soulsight* Madrid, *DMA Associates*, Gobierno de Guatemala). Durante toda mi vida profesional he colaborado con distintos proyectos tanto sociales como culturales tales como el Diplomado en Emprendimiento Cultural del Centro Cultural de España en Guatemala y Fundación Paiz, o la revista *AbreElOjo* del Instituto Europeo di Design de Madrid.

De igual forma, tengo experiencia en distintos proyectos en mercados emergentes y he participado de manera activa organizando o impartiendo conferencias y en actividades sobre diseño estratégico, *Design Thinking*, emprendimiento e innovación a nivel nacional e internacional (*Global Social Business Summit* 2011, *CreativeMornings Madrid* 2012-2013, *Madrid Service Jam* 2012, *Héroes Fest Guatemala* 2016/17, *ChispaFest* 2017, *Caleidoscopio* 2017). Actualmente colaboro con distintas instituciones y empresas a nivel local e internacional brindando asesorías y formaciones sobre temas relacionados con el emprendimiento, la innovación, el diseño estratégico y la comunicación.

Teniendo un historial en el área científica (poseo una *Bachelor's Degree* en biología) siempre me interesó el terreno creativo. Hice mi diplomatura en Diseño Gráfico / Artes Visuales en el Instituto Europeo di Design de Madrid.

Como parte de mi educación fui seleccionado y galardonado con una beca para la maestría en *Design for Social Business*. Programa hecho en colaboración con el Premio Nobel de la Paz 2005 el profesor Muhammad Yunus en el Instituto Europeo di Design de Milán.

El máster exploraba como las metodologías de Creatividad y en específico el *Design Thinking* pueden ser utilizadas para desarrollar productos y servicios que pueden utilizarse para generar modelos de Negocios Sociales replicables para el BoP (*bottom of the economic pyramid*).

El haber entrado en contacto con estos nuevos enfoques de diseño, negocios y emprendimiento ha ampliado mi percepción de lo que el diseño como disciplina puede lograr. También ha abierto un nuevo mundo de posibilidades en cuanto a lo que puedo y quiero lograr con mi trabajo.

Habiendo nacido en Madrid, criado en Guatemala y España y de haber ejercido mi educación superior en Guatemala, Madrid y Milán, he comprendido la importancia del diálogo ínter cultural y de ver a través de distintos puntos de vista. En otras palabras, la importancia de la empatía, la comunicación y la creatividad como generadora de identidad.

Estoy interesado en explorar la forma en la que el diseño y la creatividad como disciplina (con sus diferentes enfoques y metodologías) puede fomentar la innovación social, generar conciencia y valor social y fomentar el diálogo ínter cultural a través de la implementación de soluciones estratégicas centradas en las personas.

# **CONTENIDO DEL WORKSHOP**

*(temáticas y objetivos)*

# DEFINIENDO OPORTUNIDADES

## Objetivos

- » Un cambio de paradigma: Introducción al Diseño Centrado en el Usuario, el Pensamiento Divergente y los distintos tipos de innovación.
- » La cultura del compartir y la importancia del trabajo en equipo.
- » Diagnosticar posibles mejoras dentro de mi modelo.
- » ¿Cómo identificar el problema?
- » Herramientas y técnicas para observar y entender las necesidades del usuario.
- » Observando el contexto. La empatía e investigación etnográfica.
- » La actitud del principiante, la clave para una innovación exitosa.

- Bienvenida
- Introducción del ponente y los participantes.
- Rompe hielo: utilizando la empatía para conocernos.
- Guía para la facilitación del taller; hojas de ejercicios.
- Introducción al los distintos tipos de innovación, el diseño como proceso de pensamiento y las metodologías centradas en el Usuario.
  - Los distintos tipos de innovación. ¿Qué son?
  - Los 5 principios de la innovación.
  - De lo tangible a lo intangible: los 4 órdenes del diseño.
  - Nuevos valores del mundo contemporáneo.
  - Las economías del compartir.
  - Los problemas complejos. Abordando los problemas dentro de un contexto cambiante.
  - La discapacidad como motor de la innovación.
  - Investigación cualitativa y etnografía. Historias y necesidades.
  - Distintos tipos de necesidades y la importancia del contexto.
  - El Design Thinking como metodología para la innovación.
  - Fases y principios de la metodología.
  - Multidisciplinariedad y colaboración como principio metodológico.
  - Estudios de caso.
- Dinámica: la importancia del trabajo en equipo.
- Introducción a la fase de inspiración:
  - Objetivos del taller. ¿Qué queremos conseguir?
  - La importancia del espacio los materiales y la manera de trabajar.
  - Objetivos, herramientas y actitud
- El Design CHALLENGE.
  - Herramientas para la identificación de posibles áreas de mejora.
  - Analizando mi emprendimiento a fondo.
  - Mapa de oferta.
  - Service Blueprint
  - Customer Journey Map.
- Definiendo las áreas de mejora.
  - Mapeo del problema: un problema, distintas perspectivas.
  - El árbol de problemas, conociendo mi área de impacto para formular el reto.
  - Claves para la formulación de un challenge exitoso: alcance y amplitud.
  - ¿A qué reto me enfrentaré?
- Observando el contexto. Como planificar un plan de acción. ¿Qué información nos es valiosa?
  - La actitud del principiante. Un enfoque para trabajar.
  - Tipologías de usuario. Aprendiendo de los extremos.
  - Técnicas de investigación etnográfica para su uso en contexto.
  - De lo concreto a lo abstracto
- WHAT / HOW / WHY
  - Reunir y recolectar.
  - Observar y Absorber.
  - Empatizar.
  - Incitar y provocar.
- Definición del plan de Design Research por los participantes. Ejercicio guiado.
- La importancia de la documentación.
- Planificando mi documentación. Pre-producción.
- La importancia de la observación.
  - Algunas reglas para la observación en campo.

# INVESTIGACIÓN / ACCIÓN: INSIGHTS

## Objetivos

- » Trabajando con la información.
- » ¿Qué aporta mi investigación? Caminos a seguir.
- » Análisis de tendencias. ¿Qué está pasando en el mundo? ¿Y en mi sector?
- » Utilizando la información para la generación de modelos y escenarios.
- » Buscando conexiones. Utilizando el pensamiento divergente.
- » Identificando áreas de oportunidad. Para la búsqueda de soluciones innovadoras.

- Compartiendo las experiencias de la investigación. Realidad vs. Percepción
- Bajando la información de campo.
  - *Recopilación de datos de la observación. La importancia del uso de un lenguaje visual.*
  - *El mural del conocimiento: filtrando la información.*
  - *Herramientas de generación de modelos.*
    - *Mapa de actores y del sistema.*
    - *Desk research.*
      - *Zoom out. Zoom in. Del pasado al presente.*
      - *Análisis de tendencias.*
      - *Netnografía*
      - *Utilizando el conocimiento existente.*
      - *Benchmarking*
  - *Matrices para la generación de modelos.*
  - *La importancia del trabajo en analógico como manera de generar un discurso y generar un lenguaje común. Fomentando la colaboración.*
  - *Análisis de la información y reflexiones.*
- Compartiendo los hallazgos. Polinización cruzada entre los distintos emprendedores.
- Poniéndole cara a nuestros usuarios. Creando una persona y un mapa de empatía.
- Sintetizando los aspectos clave: INSIGHTS
  - *Sintetizando y buscando conexiones.*
  - *Eligiendo los aspectos clave de la fase de inspiración. ¿Qué es un insight?*
  - *De lo concreto a lo abstracto. Haciendo nuevas preguntas.*
  - *Sintetizando el mural para evidenciar necesidades.*
  - *Hechos, tendencias e insights clave.*
- Re-definiendo el problema, Replanteando el reto.

# IDEAS, PROTOTIPOS Y VALIDACIÓN.

## Objetivos

- » Generar ideas: la importancia de la co-creación para lograr soluciones integrales.
- » Hablando de historias, no de servicios o productos.
- » Seleccionar y decidir las oportunidades potenciales. Re definir y detallar construyendo en conjunto.
- » Prototipado.
- » Validación.
- » Implementación iterativa.

- Introducción a la fase de ideación.
  - *Las diferencias entre ideación y co-diseño.*
  - *Claves para una sesión de brainstorming exitosa.*
  - *Herramientas, como sacar el máximo de los equipos.*
- BRAINSTORIMING / BRAINWRITING
  - *Generando ideas a través de distintas técnicas. ¿Cómo podríamos...? ¿Y si...? Situaciones ideales, Rompiendo patrones, Pensando en reversa.*
- Trabajo de Crítica.
  - *Seleccionando las mejores ideas.*
  - *Realizando SKETCHES.*
- Definiendo la *value proposition*.
  - *Definiendo las características y beneficios. ¿Cómo estoy innovando?*
- Introducción a la fase de implementación
  - *Objetivos. Herramientas y actitud.*
  - *La importancia del co-diseño.*
  - *Aprendiendo a través del prototipado en una etapa temprana.*
- Realizando los prototipos.
  - *Storyboard: El viaje del usuario. Puntos de contacto.*
  - *Prototipado.*
  - *La importancia del storytelling.*
- Validando los prototipos.
  - *Feedback matrix.*
  - *Presentaciones y validación entre pares.*
- Prototipos en vivo y proyectos piloto.
- Recapitulación del taller, preguntas y reflexiones finales.
- Despedida y cierre.