

~~Problems~~

**¿Cómo abordar problemas de
manera creativa?**

Solutions



A close-up photograph of several interlocking metal gears, likely made of steel, with a teal-blue color cast. The gears are in sharp focus, showing their teeth and circular faces. A bright red rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the text 'LA MÁQUINA' in white, bold, sans-serif capital letters.

LA MÁQUINA



STOP!
CHECK-IN
POINT

~~Problems~~

**¿Cómo abordar problemas de
manera creativa?**

Solutions



PROBLEMA

**Asunto del que
se espera una
solución**

DISEÑO

**Concebir y dar
forma a artefactos
que resuelven un
problema**

**¿Qué hace un
diseñador?**

Pensamiento del diseño o Design Thinking

“Se trata de una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente y en una oportunidad para el mercado”

**Tim Brown
CEO IDEO**



Urges designers to think **BIG!**



Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

EXPERIENCIA USUARIO

SELECCIÓN

CREATIVIDAD

DISEÑO Y EJECUCIÓN

Comprender

Observar

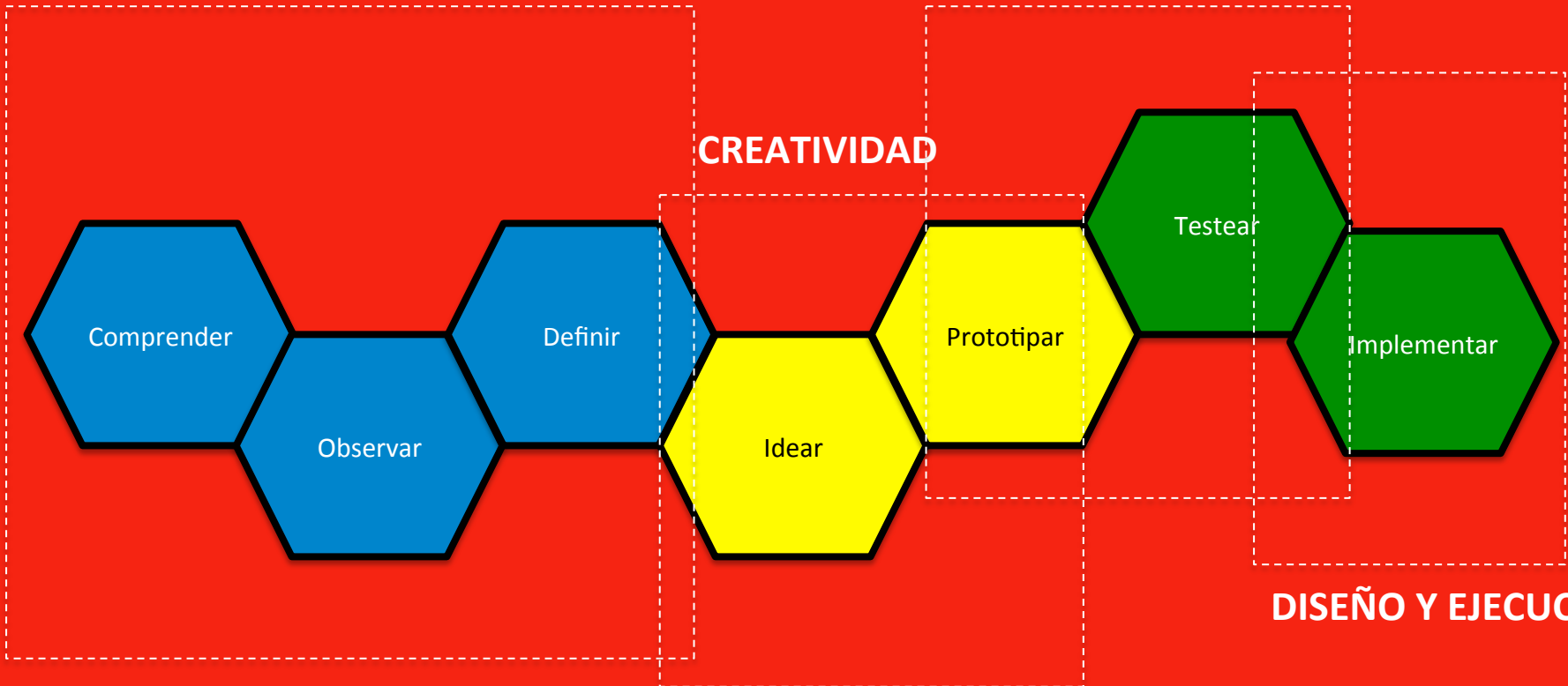
Definir

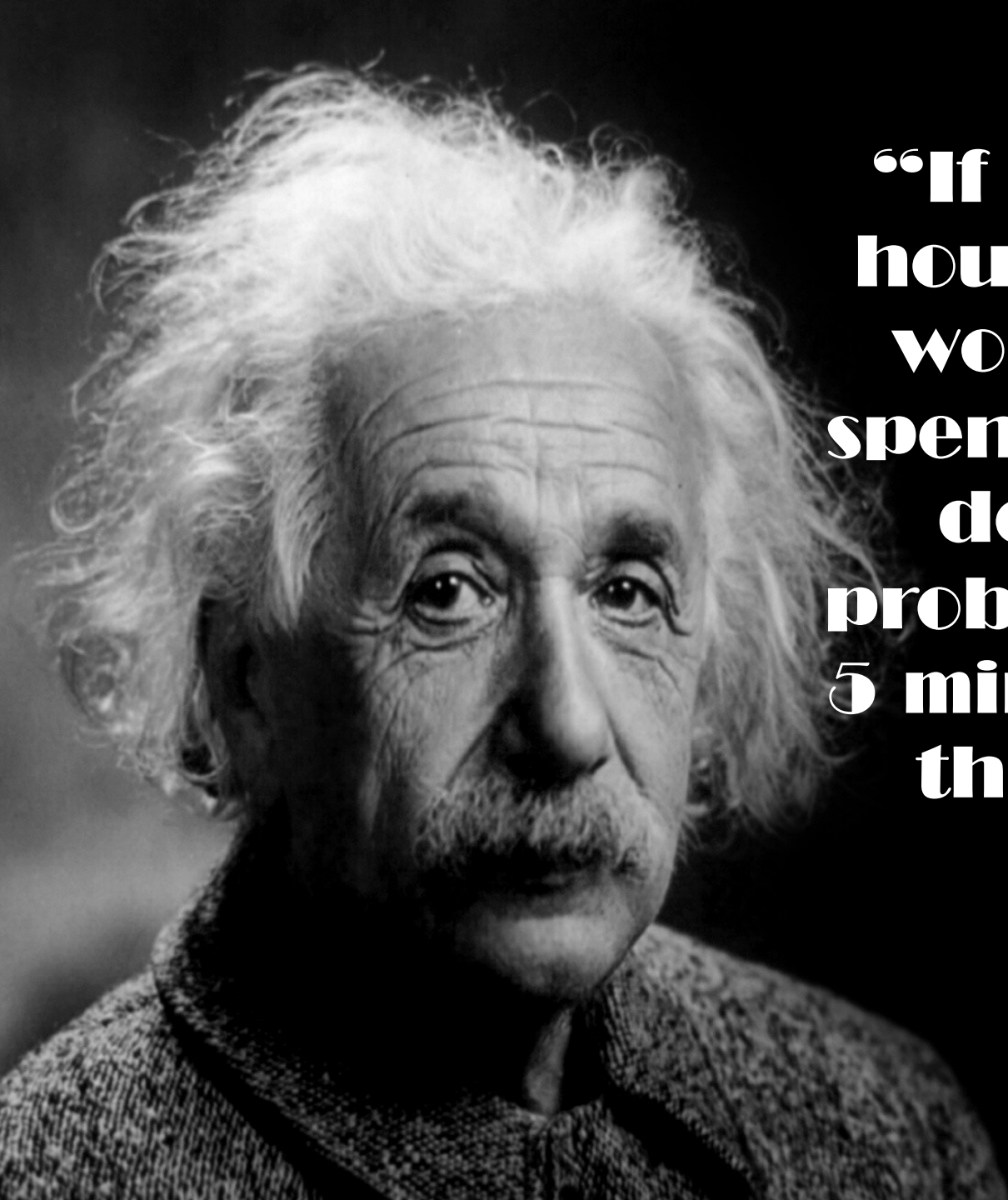
Idear

Prototipar

Testear

Implementar





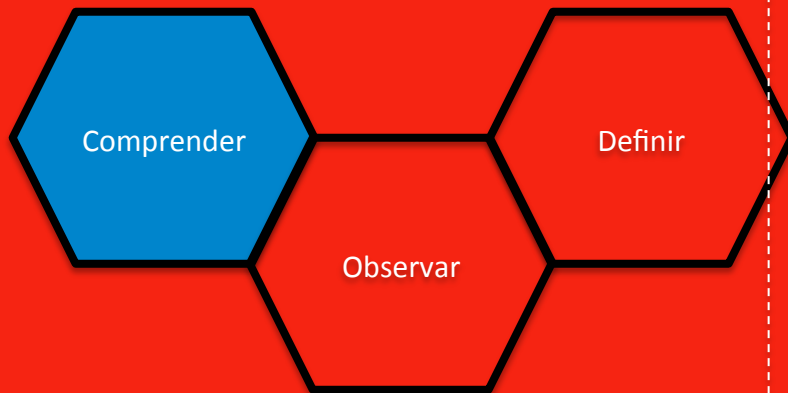
**“If I had only 1
hour to save the
world, I would
spend 55 minutes
defining the
problem and only
5 minutes finding
the solution”**

Albert Einstein

Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

EXPERIENCIA USUARIO



Se debe detectar el problema, entenderlo desde todas las perspectivas posibles y abordarlo conjuntamente.

COMPRENDER:

Definir el problema, aclarar quiénes son los usuarios, la necesidad u oportunidad en su contexto. Abrir el contexto, centrarse en la actividad y no en el producto.

Por ejemplo: DETERGENTE vs LAVAR

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

User activity cycle

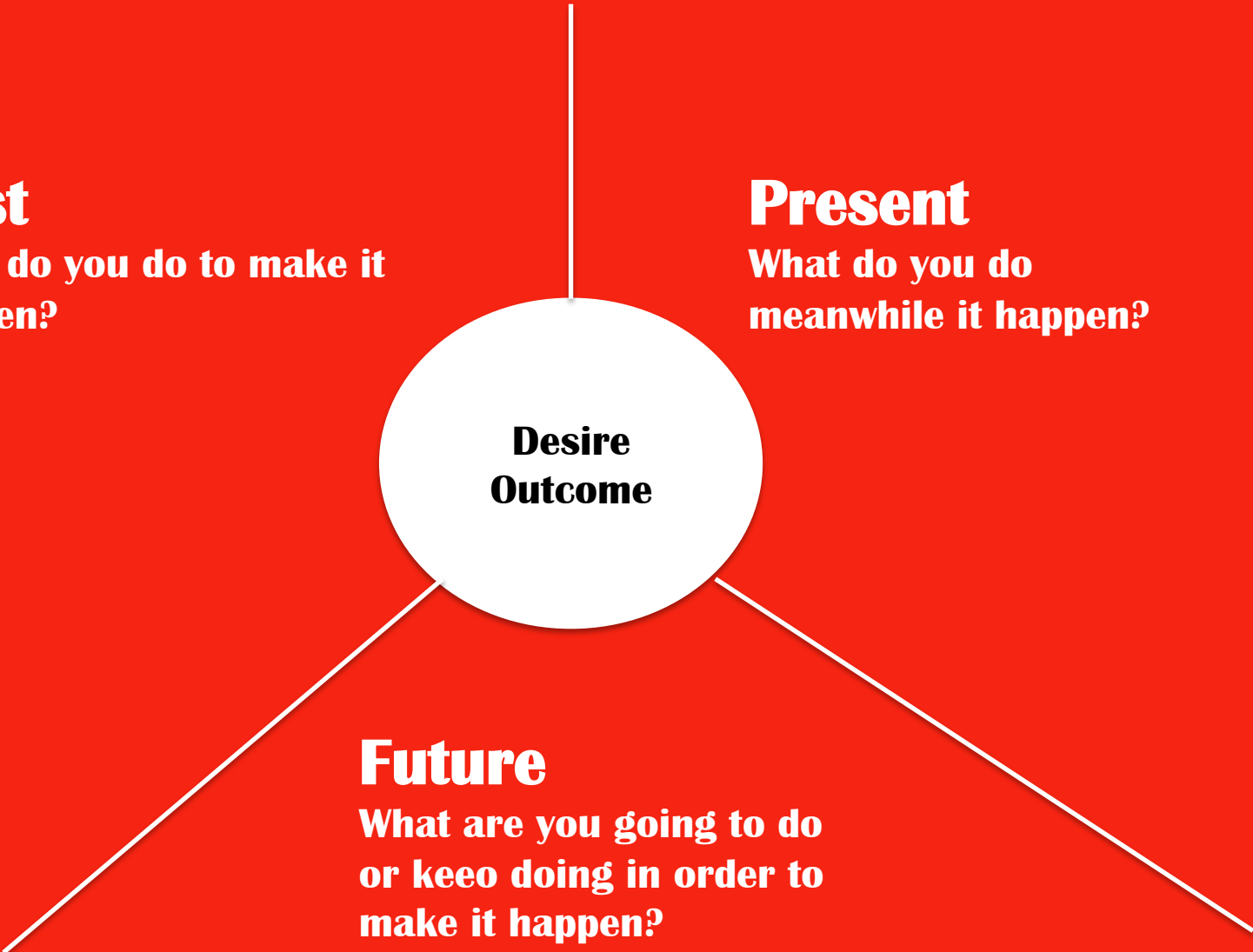
Past

What do you do to make it happen?

Present

What do you do meanwhile it happen?

**Desire
Outcome**



Future

What are you going to do
or keeo doing in order to
make it happen?

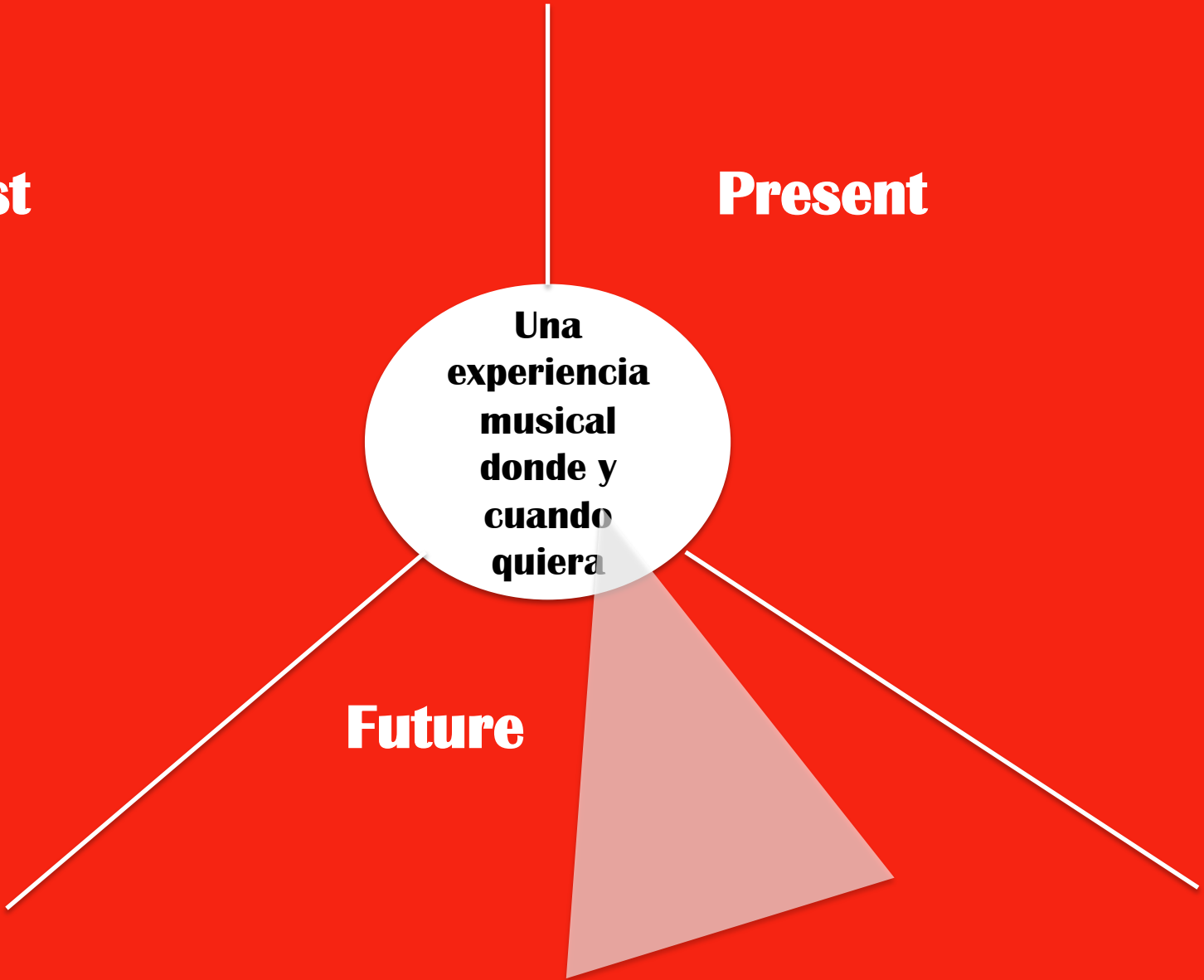
User activity cycle

Past

Present

**Una
experiencia
musical
donde y
cuando
quiera**

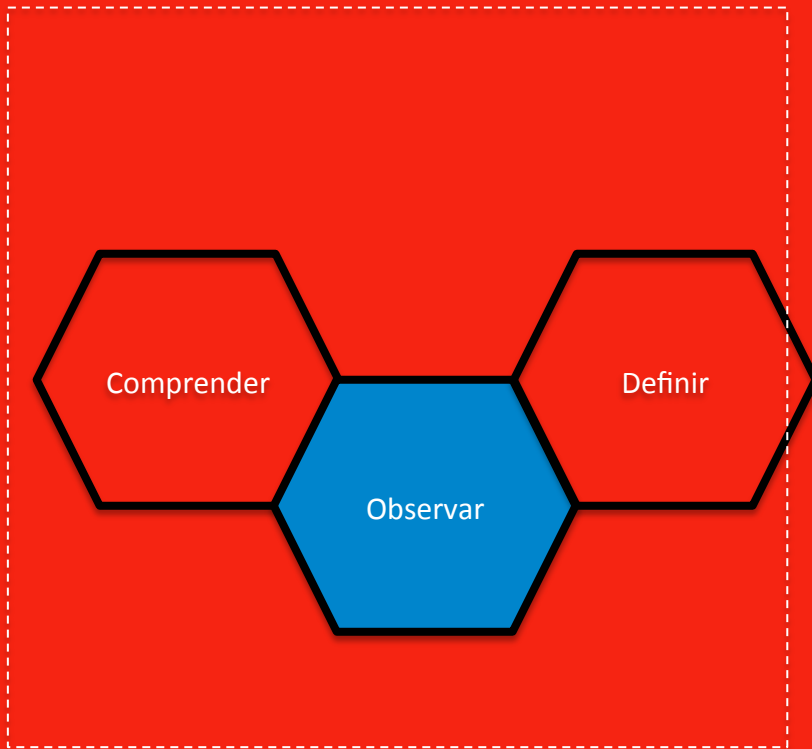
Future



Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

EXPERIENCIA USUARIO



OBSERVAR:

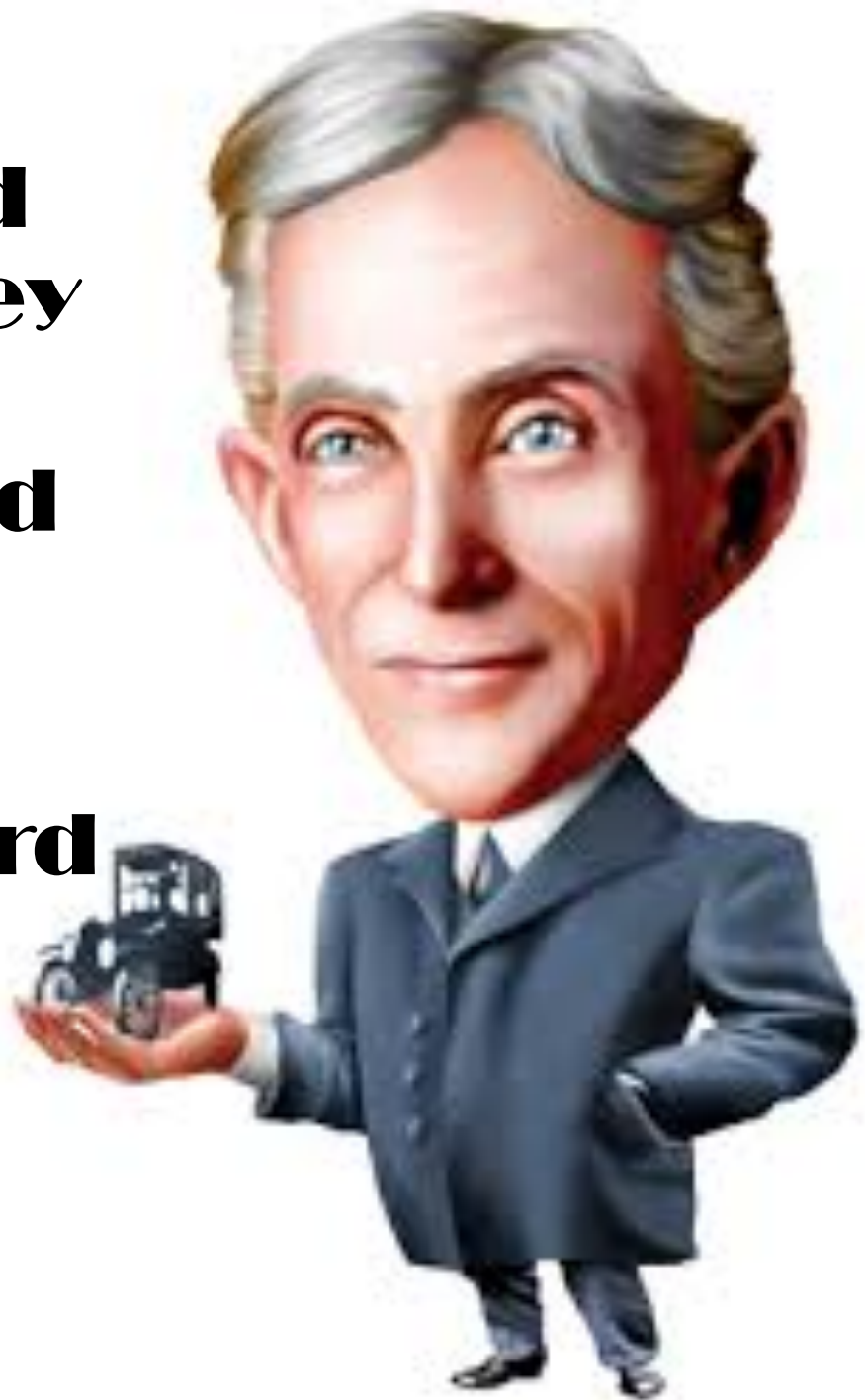
Escuchar a expertos, a usuarios, a implicados, empatizar.

Observar desde fuera, no olvidar que la mayoría de veces los usuarios “no saben decir lo que quieren” o “no saben lo que quieren hasta que se los das”

Por ejemplo: Los autos, el iPhone, etc.

**“If I had asked
people what they
wanted, they
would have said
faster horses”**

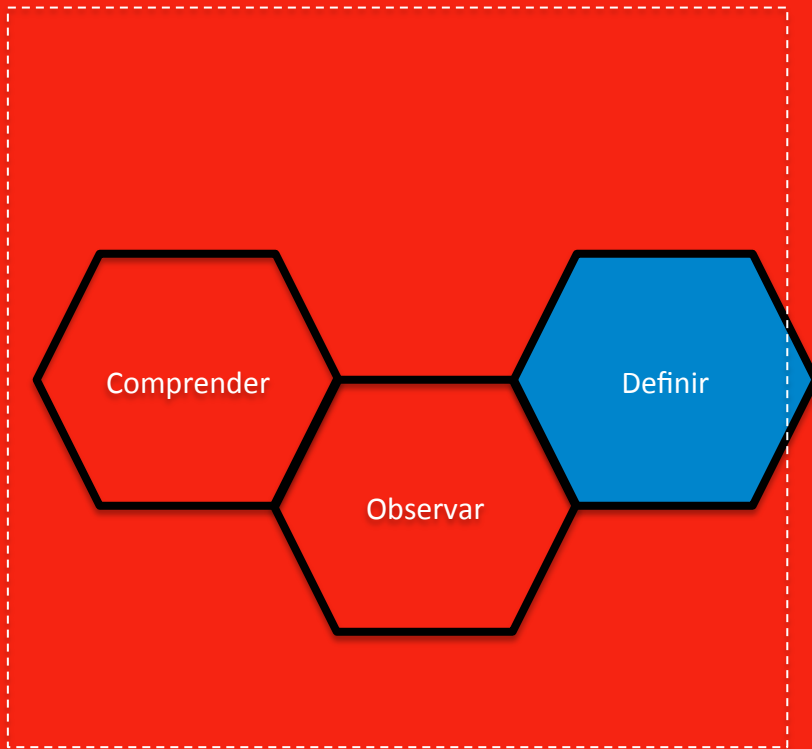
- Henry Ford



Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

EXPERIENCIA USUARIO



DEFINIR:

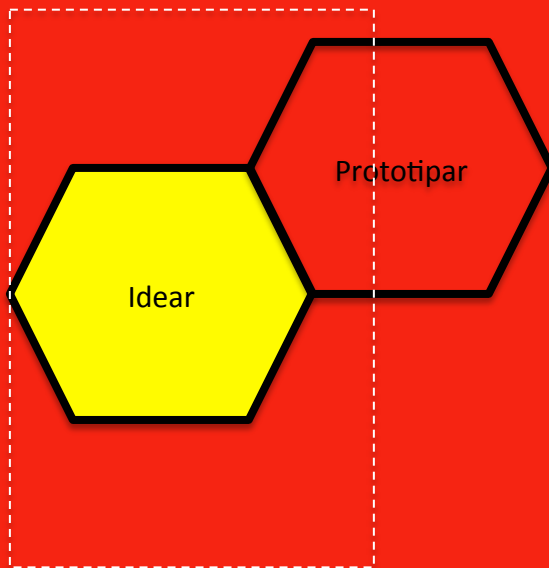
- **Enfocar el problema u oportunidad. Concretarlo.**
- **Organizar la información.**
- **Fijarse en los extremos.**
- **Definir tiempos, recursos, etc.**

Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

CREATIVIDAD

Tener una cultura de colaboración, cocreación, compartir; perder el miedo a jugar a dejarse llevar para crear y generar un entorno adecuado.



IDEAR:

- Nace cuando se tiene un foco creativo, la **FOCUS QUESTION**, resultado de la fase anterior
- Ser firme con los principios de creatividad para que el trabajo fluya
- Seguir el proceso de creatividad (divergente y convergente)

Principios de Creatividad

CANTIDAD es la
condición para la
CALIDAD

Vacía tu
cerebro

Construye sobre las
ideas de otros, diciendo
"Sí, y también..."

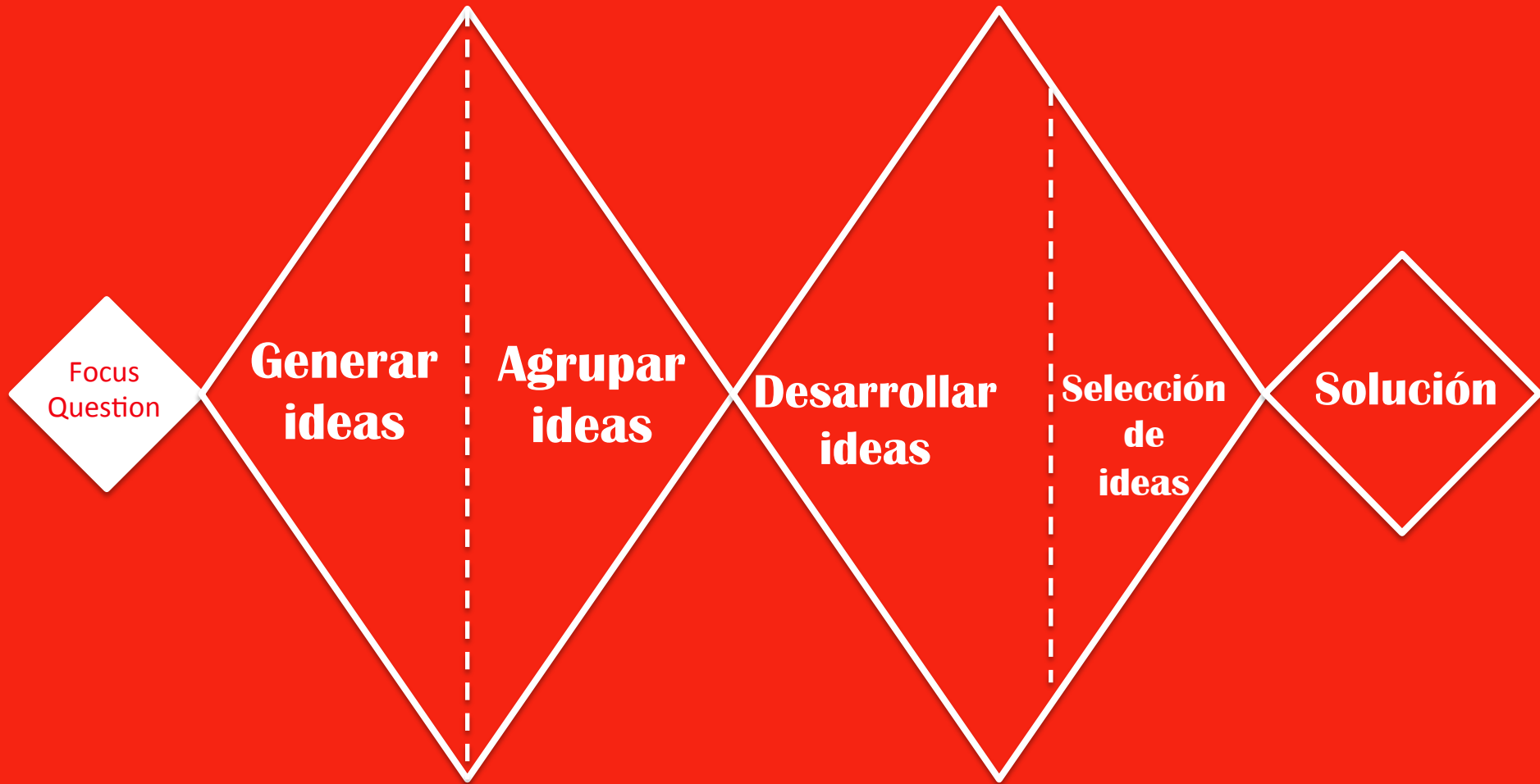
APRUEBA
Ó
MEJORA

NO
juzgues
las ideas

Piensa en
GRANDE, de
esa manera irás
más lejos

Juego puesta de sol

Proceso Creativo

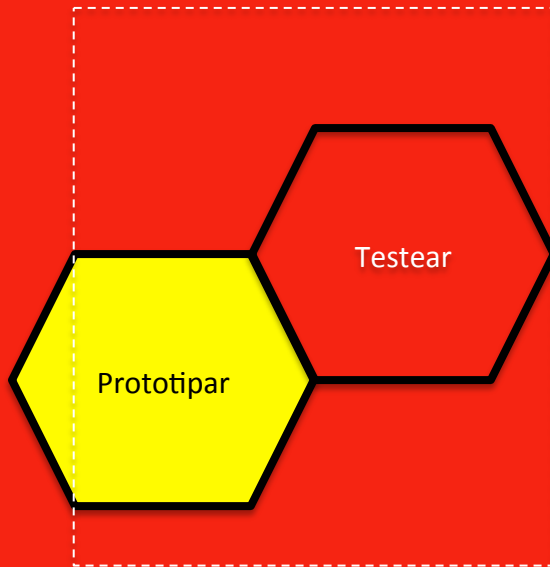


Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

SELECCIONAR

Se desarrollan algunas ideas, se obtiene feedback de usuarios se hacen pruebas. Se colocan filtros (monetarios, estratégicos, de alcance) según nuestro objetivo.



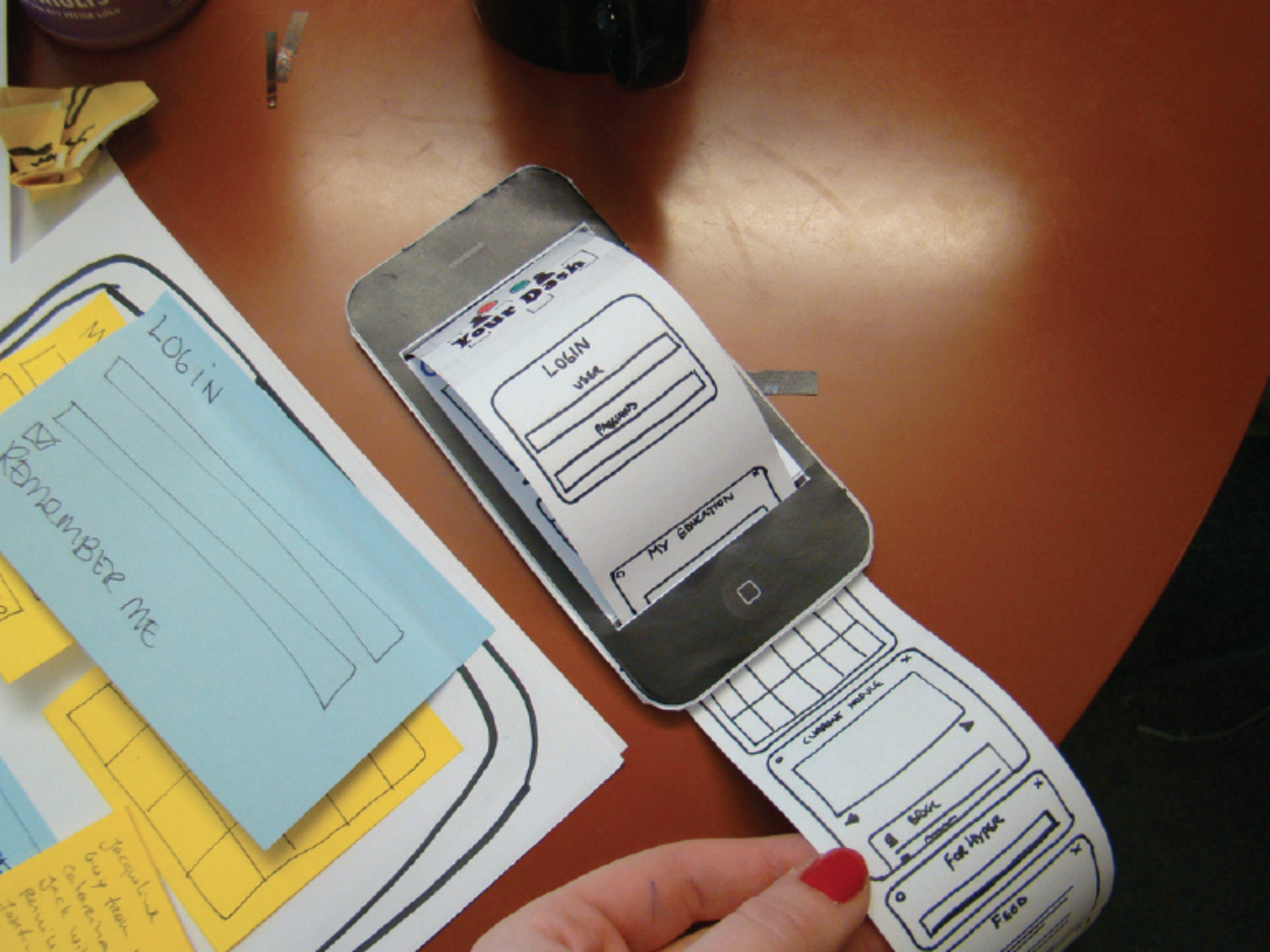
PROTOTIPAR:

- **Combinar y redefinir ideas y mostrarlas en algo real a través de un prototipo o storyboard.**
- **Debe ser simple, usar materiales que no sean complejos para poder producirlo y cambiarlo rápidamente.**
- **El ERROR está permitido, y mientras más nos equivocamos, estamos más cerca a la solución.**

I
D O
E



<http://youtu.be/d1R239lxwsM>



Your Dash

LOGIN

user

password

My EDUCATION

CHANGE PROFILE

Back

For Hyper

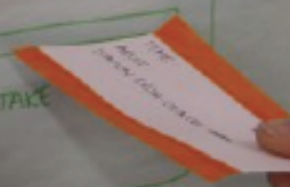
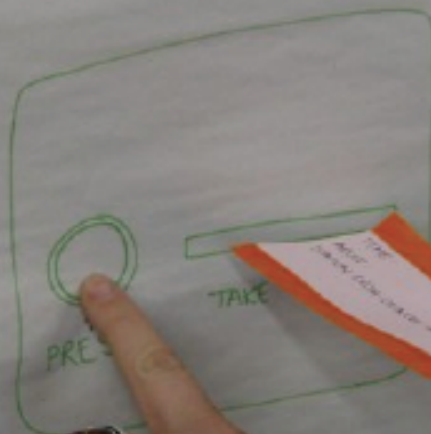
Feed

LOGIN

Remember me

Jacqueline
Guy
Calvin
Derek
Renee
Josh

ON TRAIN DOORS & PLATFORMS.

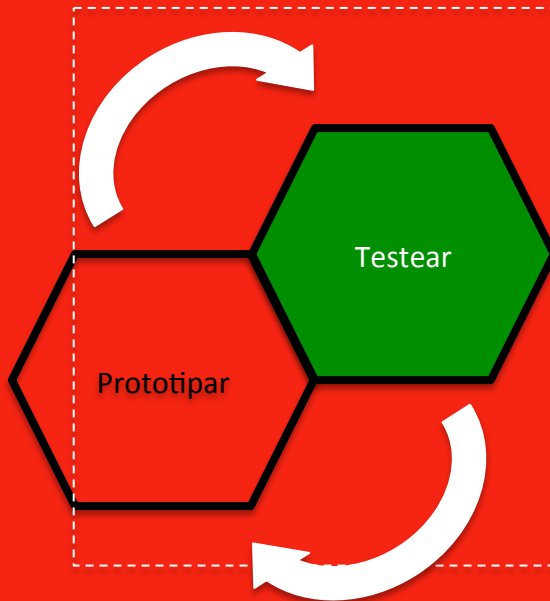




Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

SELECCIONAR



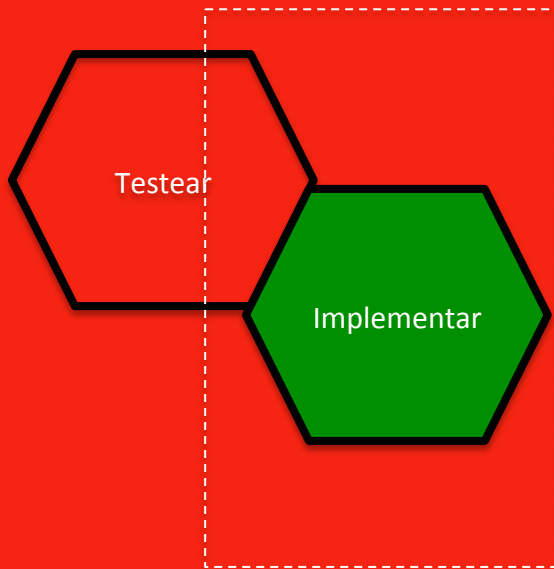
TESTEAR:

- **Feedback del usuario final y expertos.**
- **Lo que más se valora de un prototipo es que está lejos de estar acabado, está abierto, admite aportaciones y modificaciones.**
- **Volver cuantas veces sea necesario al prototipo y volver a testear.**

Design Thinking Process

Basado en el proceso de Design Thinking de Stanford

DISEÑO Y EJECUCIÓN



IMPLEMENTAR:

- **Diseñar un proyecto, planificarlo, ejecutarlo, evaluarlo y comprender las desviaciones.**
- **Se relaciona directamente con la etapa de COMPRENDER.**

Design Thinking es...

- **Ver el mundo con los ojos de un diseñador y con los ojos de un niño.**
- **Establecer un problema, hacer las preguntas correctas, prototipar y testear las ideas.**
- **El proceso no es lineal, cada fase puede ocurrir simultáneamente o puede ser repetida o revisada.**

Lo más importante...

- **Definir el problema, dado que será el norte de nuestro proceso.**
- **No temas preguntar POR QUÉ?**
- **Trabaja con tus manos**
- **Toma decisiones**
- **Realiza prototipos**

Design Thinker

- **Colaborativo**
- **Humano**
- **Experimental**
- **Abierto**
- **Optimista**
- **Empático**
- **Creativo**
- **En constante búsqueda y de pensamiento global**



The **Marshmallow** Challenge

- **Construye la torre más alta, que sea una estructura que se mantenga parada por sí sola:** El equipo ganador es el que tenga la estructura más alta medida desde la base de la mesa hasta la punta del marshmallow. Eso significa que la estructura no puede estar suspendida de una estructura alta, como una silla, techo o candelabro.
- **TODO el marshmallow debe estar en la punta:** Todo el marshmallow debe estar en la punta de la estructura. Cortar o comer parte del marshmallow descalifica al equipo.
- **Usa cuanto puedas, o lo que menos puedas del Kit:** Puedes usar los 20 spaguettis o no, no tienes que usar todo el masking tape o pavilo. NO se puede usar la bolsa.
- **Puedes romper/cortar el spaghetti, el pavilo y masking tape:** Los equipos son libres de partir los spaguettis, cortar el masking tape o el pavilo para crear nuevas estructuras.
- **El reto dura 18 minutos:** Los equipos no pueden sujetar las estructuras cuando se cumpla el tiempo. Los que estén tocando o haciendo soporte a la estructura estarán descalificados.

PREGUNTAS?

Feedback

- **Lo que más aprecio de ti...**
- **Lo que me gustaría ver más de ti...**

Reflexión

- **¿Qué acaba de pasar?**
- **¿Cómo me sentí al respecto?**
- **¿Qué hicimos bien/mal como grupo?**
- **¿Qué hice para ayudar al grupo?**
- **¿Qué podría hacer mejor la próxima vez?**
- **¿Qué aprendí?**

**La INNOVACIÓN,
por naturaleza,
es un
EXPERIMENTO
con resultados
desconocidos.**

It's play time!

www.playgroundspace.com

PLAYGROUND
Innovation School