

El desafío de Innovar



Centro de Innovación
y Emprendimientos

Universidad ORT Uruguay



Lic. Enrique Topolansky MBA



Jiap

Jornadas
de Informática
del Uruguay

15 al 17 de setiembre de 2015

Centro de Conferencias. Intendencia de Montevideo.



Asociación
de Informáticos
del Uruguay



Informes e Inscripciones:
www.asiap.org - asiap@asiap.org



Centro de Innovación y Emprendimientos
Universidad ORT Uruguay

ENRIQUE TOPOLANSKY

ACTIVIDAD ACADÉMICA UNIVERSIDAD ORT:

- Coordinador del Centro de Innovación y Emprendimientos, <http://cie.ort.edu.uy>
- Profesor : Actitud Emprendedora, Plan de Negocios, Gestión del cambio organizacional.
- Integrante del comité de selección y seguimiento de la Incubadora INGENIO

ACTIVIDAD PROFESIONAL

Consultor internacional con más de 15 años de experiencia en proyectos de re estructura fortalecimiento institucional, innovación. Trabajó para el Banco Interamericano de Desarrollo BID, Unión Europea, Banco Mundial, Naciones Unidad.

FORMACION

2004-2005 Diploma en Gestión relación universidad-industria, Universidad Alicante.
1995-1998 Maestría en Negocios y Administración, MBA. Universidad ORT.
1991-1994 Maestría en Computación. Universidad ORT.
1991-1994 Diploma in Computing and Information System. University of Oxford.
1986-1991 Licenciado en Informática. Instituto Tecnológico O.R.T.

CONTACTO

topolansky@ort.edu.uy

facebook



etopolansky



UNIVERSIDAD ORT
Uruguay



Centro de Innovación y Emprendimientos
Universidad ORT Uruguay

El desafío de Innovar



Es común creer que el punto crítico del proceso de innovación es generar la solución creativa que nos permita entregar el valor diferencial



Que es innovar ?

Definición de la RAE: Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

Innovar implica "novedad" o "renovación"



TENER UNA IDEA ES INNOVAR?



General Motors EV1

Innovar: es agregar valor a nuestro negocio

Innovar: es aplicar nuevas ideas, conceptos, producto, servicios, practicas, para lograr una mayor productividad en una organización.



Agregar valor

Innovar: es agregar valor a nuestra organización

A que o quiénes queremos agregar valor ?

clientes, productos, procesos, proveedores, canales....



Por ejemplo:

- Cuando mejoramos un producto, que opere más rápido
- Mejor proceso, mas confiable, mas eficiente ...
- Mas opciones para acceder a nuestra oferta, nuevos canales....

Cuando generamos una idea que aplicada a nuestro negocio genera valor podemos decir que hemos innovando.



Tipos de innovación

EVOLUTIVAS

- mejora un concepto en un mercado que ya existe
- Ejemplo: Los microprocesadores, su evolución 286, 386..... I3 I5...



RADICALES

- redefine un concepto por lo que genera un nuevo mercado
- Ejemplo: Pasar de usar caballo a usar el motor





Focos de innovación

a) INNOVACIÓN EN PRODUCTO:

es la introducción al mercado de un producto tecnológicamente nuevo (cuyas características tecnológicas o usos previstos difieren significativamente de los existentes a nivel nacional) o significativamente mejorado (previamente existente cuyo desempeño ha sido perfeccionado o mejorado en gran medida).

b) INNOVACIÓN EN PROCESO:

es la adopción de métodos de producción nuevos o significativamente mejorados. Puede tener por objetivo producir o entregar productos tecnológicamente nuevos o mejorados, que no puedan producirse ni entregarse utilizando métodos de producción convencionales, o bien augmentar fundamentalmente la eficiencia de producción o entrega de productos existentes.

c) INNOVACIÓN EN ORGANIZACIÓN:

es la introducción de cambios en las formas de organización y gestión de la empresa, cambios en la organización y administración del proceso productivo, incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente e implementación de orientaciones estratégicas nuevas o sustancialmente modificadas.

d) INNOVACIÓN EN COMERCIALIZACIÓN:

es la introducción de métodos para la comercialización de productos, de nuevos métodos de entrega de productos preexistentes o de cambios en el empaque y/o embalaje.,



¿Cómo podemos innovar

EN TEORÍA ES MUY FÁCIL:

1. Identificar el problema o la necesidad que nos impulsa a innovar
2. Descubrir los actores involucrados
3. Entender sus necesidades
4. Interpretar la información
5. Prototipo < ===== > Validar
6. Ejecutar

LA REALIDAD: no es fácil ni rápido,
insume tiempo y esfuerzo
enfocado en superar algunas restricciones



Las restricciones

Las restricciones pueden hacer que fallemos en el proceso de innovar

Algunas veces las vamos a encontrar dentro de nuestra propia organización, mientras que en otros serán externas

- Lanzamos un nuevo producto y sean los clientes no estén dispuestos a cambiar. (Restricción Externa)
- La propia organización se resista al cambio (Restricción Interna)



Las restricciones

- **INDIVIDUO**
 - La forma en que pensamos, para innovar tenemos que pensar diferente
- **GRUPO**
 - La cultura del grupo, tienen que aceptar la innovación, correr riesgos
- **ORGANIZACIONALES**
 - su empresa tiene que verlo como algo estratégico, asignar recursos, estructura
- **TECNOLOGICAS**
 - La tecnología tiene que ser capaz de soportar la innovación, físicas.
- **INDUSTRIA, MERCADO**
 - Si el mercado no ve la utilidad no la va a adoptar,
- **SOCIALES**
 - lo que proponemos tiene que estar alineado a los valores de la sociedad



El desafío de Innovar

- **TODOS PODEMOS INNOVAR SI :**
 - **TENEMOS EL CONOCIMIENTO**
 - **Y LOGRAMOS SOBREPASAR DISTINTAS RESTRICCIONES:**
 - Tecnológicas, Mercado, Sociales, Organizacionales, Personales, Grupales.
- **LAS RESTRICCIONES HACEN QUE FALLEMOS EN EL PROCESO DE INNOVAR**
- **INNOVAR IMPLICA REALIZAR CAMBIOS Y CAMBIAR NO ES SENCILLO**
 - Algunas veces estos cambios están fuera de nuestro espacio de control otras no
 - Los clientes no están dispuestos a cambiar
 - Mi organización se resiste al cambio
- **Si no logramos el cambio la innovación no será aceptada por tanto no existirá innovación**
- **Innovar por tanto conlleva muchos más que :**
 - **Tener una idea**
 - **Agregar valor**
- **ES SER CAPAZ DE VENDER NUESTRAS IDEAS**
 - **Entender necesidades, Conectar, Identificar necesidades, involucrar actores,**
 - **Experimentar.**



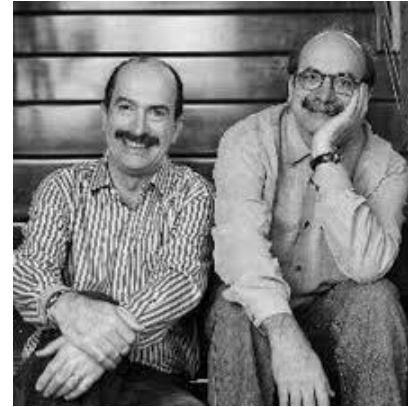
Centro de Innovación y Emprendimientos
Universidad ORT Uruguay

Pensar diferente x innovar



IDEO

Tim Brown CEO IDEO



Fundadores de IDEO, Tom & David Kelley

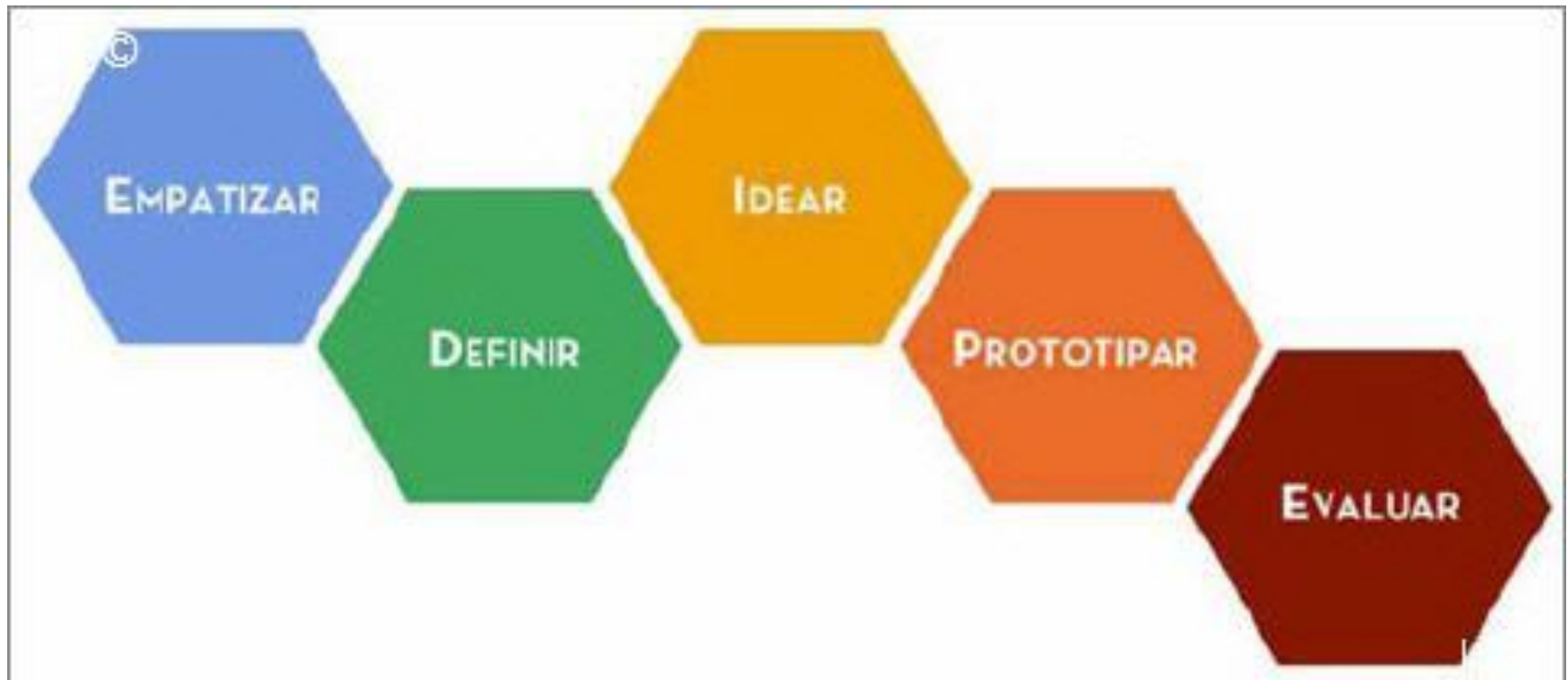
Parecernos más a los diseñadores
Tim Brown

Libros:

[Change by Design](#), [The Art of Innovation](#),
[The Ten Faces of Innovation](#) , [Creative Confidence](#)



Design thinking



Fuente: Bootcamp bootleg de la Escuela de Diseño de Stanford



Design thinking

- Una metodología que nos permite identificar necesidades y co-crear soluciones innovadoras
- Una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se pueden observar los retos, detectar necesidades y, finalmente, solucionarlas.



Design thinking



IDEO

« sin la comprensión de lo que los demás ven, sienten y experimentan, el diseño y la innovación son una tarea inútil»

Tim Brown

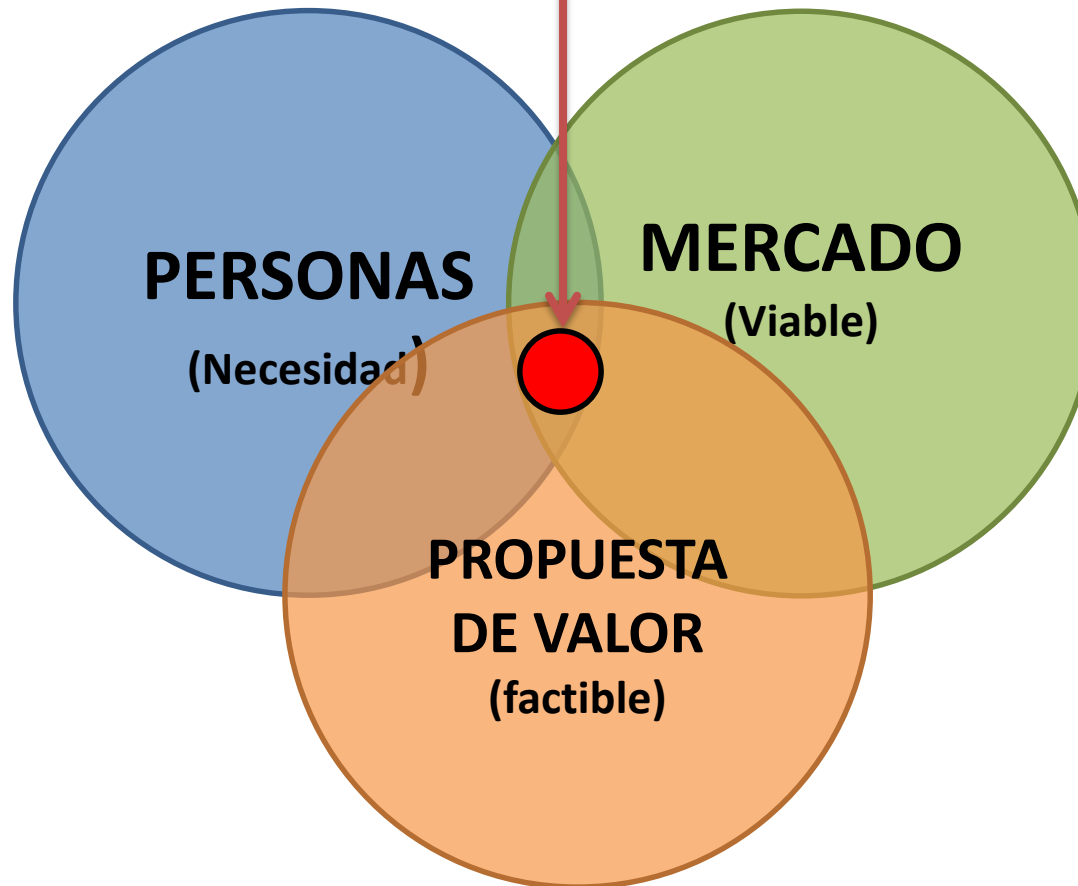


Design thinking

- Centrado en el humano.
- Basado en la creatividad.
- En el co-diseño.
- Comunicación visual
- Aprendizaje en base a Experimentar (Perder el miedo al error).
- Colaboración y la Interdisciplinariedad.



Design thinking

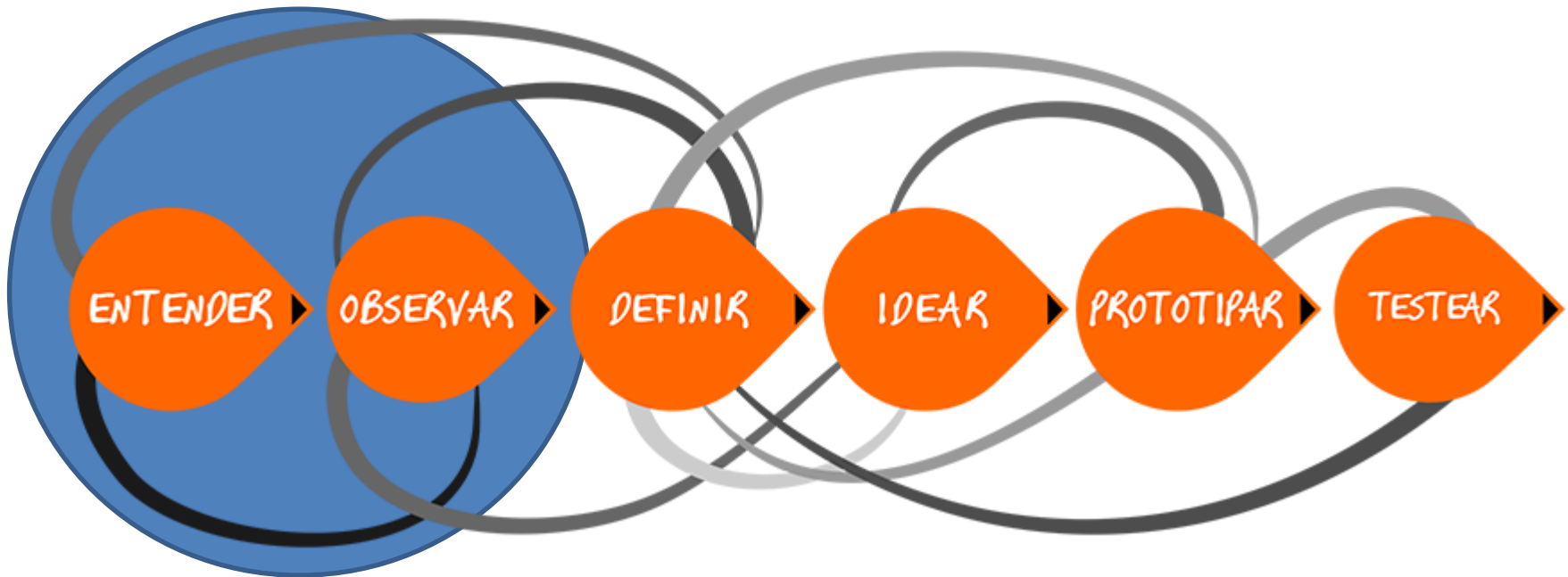
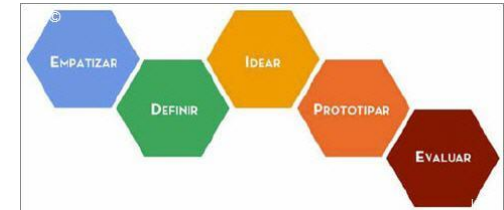


En un entorno con restricciones




Pensamiento en diseño

Fase 1) Experiencia de Usuario Empatía





Centro de Innovación y Emprendimientos
Universidad ORT Uruguay



Empatía

es la capacidad cognitiva de percibir, en un contexto común, lo que otro individuo puede sentir

video de Paul Bennett, director creativo de IDEO, El diseño está e los detalles



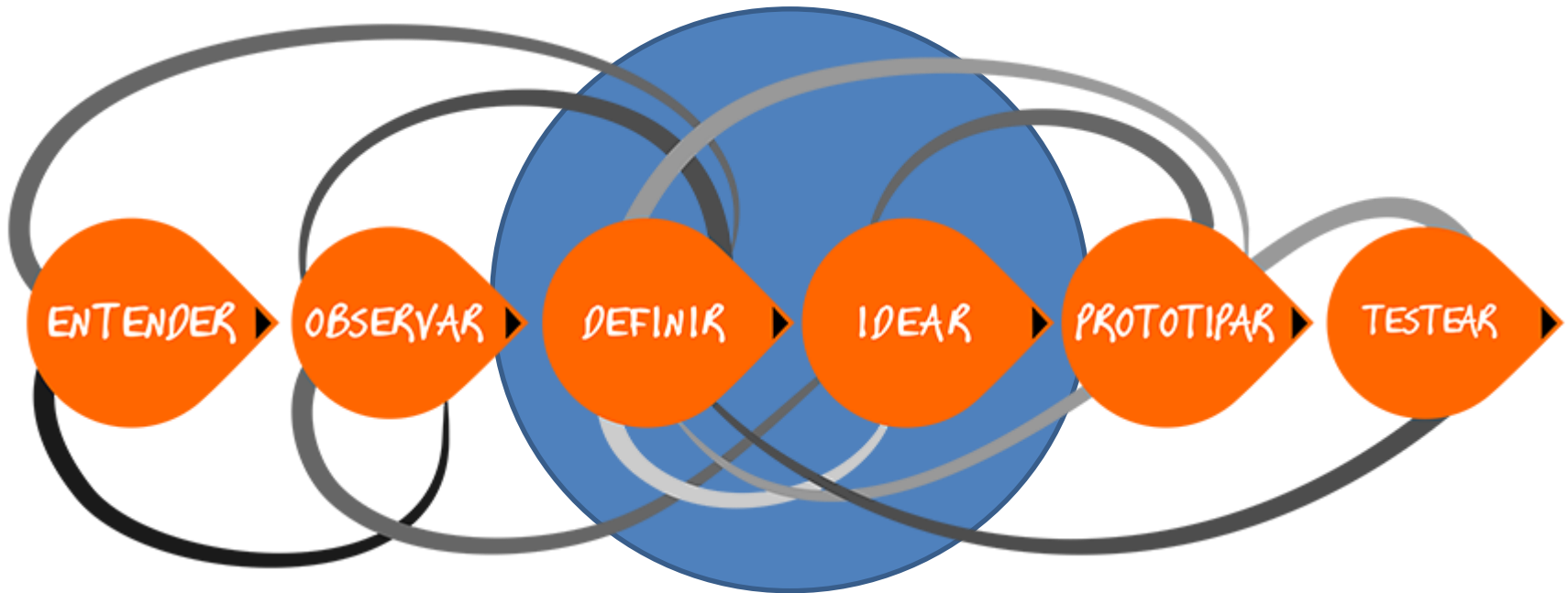
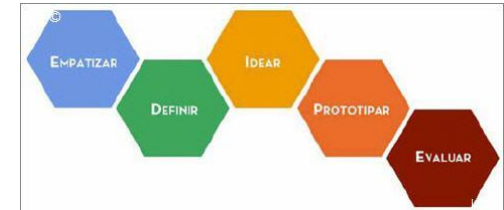
Entender

- **Descubrir necesidades y motivaciones (EMPATIA)**
 - **Entender a las personas**
 - Interactuar y entrevistar a los usuarios para identificar sus necesidades y motivaciones
 - **Observación**
 - Observar el comportamiento de las personas en el contexto de sus vidas
 - **Inmersión**
 - Experimentar lo que los usuarios experimentan



Pensamiento en diseño

Fase 2) Creatividad





Definir

Definir = EL ARTE DE LA CLARIDAD

- Elabora una visión coherente de los problemas confusos.
- Enmárcalo en una forma de inspirar a otros y de impulsar la ideación.



El punto critico

- Nuestros paradigmas

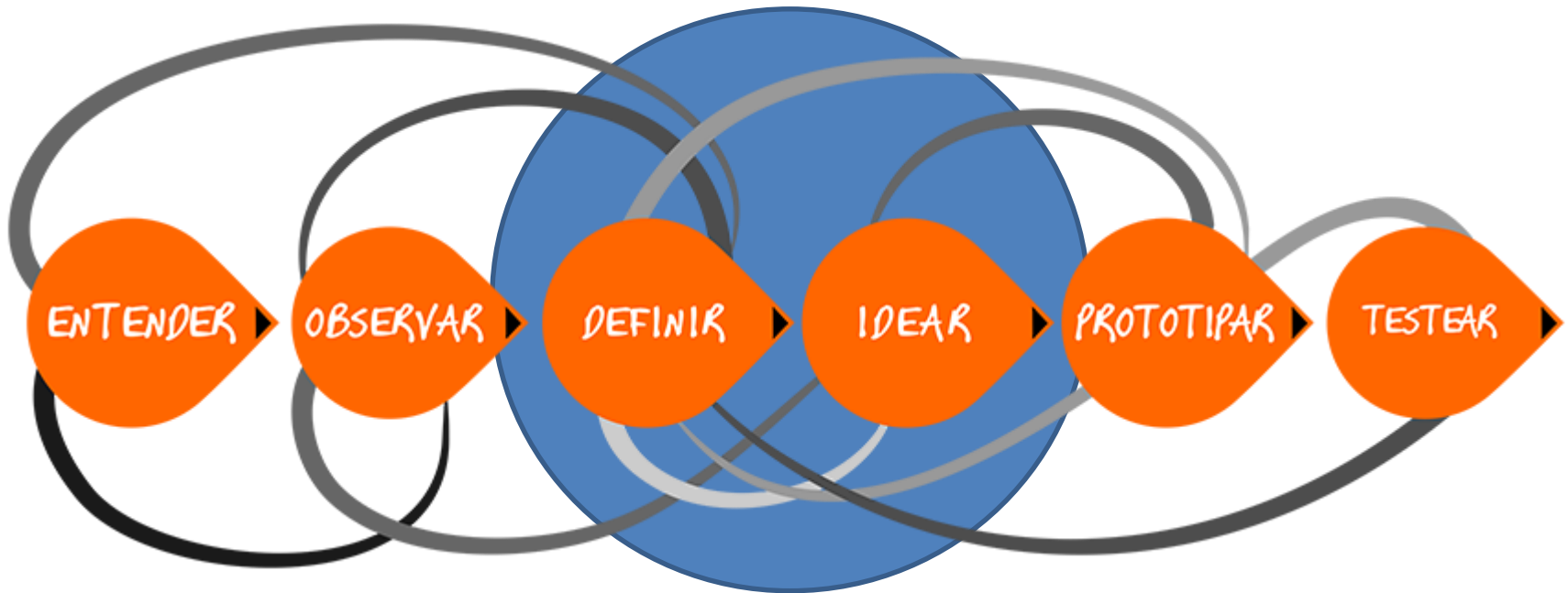
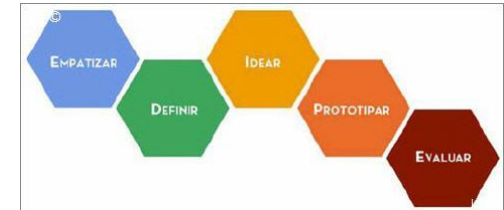


- Establecen marco de referencia para el problema
 - Como miramos
 - Que o a quien escuchamos
 - Las restricciones que asumimos



Pensamiento en diseño

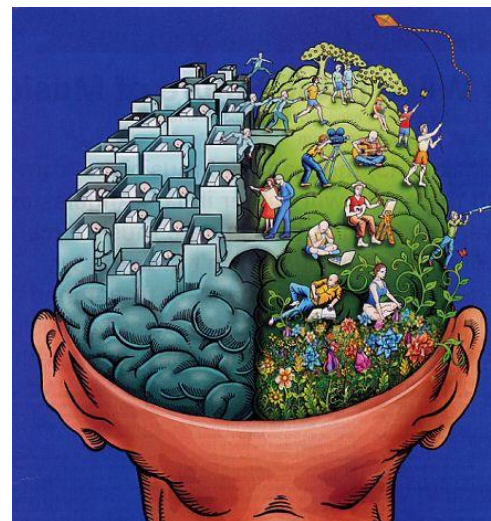
Fase 2) Creatividad





Idear (Crear)

- Todos somos creativos
- Las personas crean de distinta manera
- La creatividad se entrena con la práctica





Crear e Idear

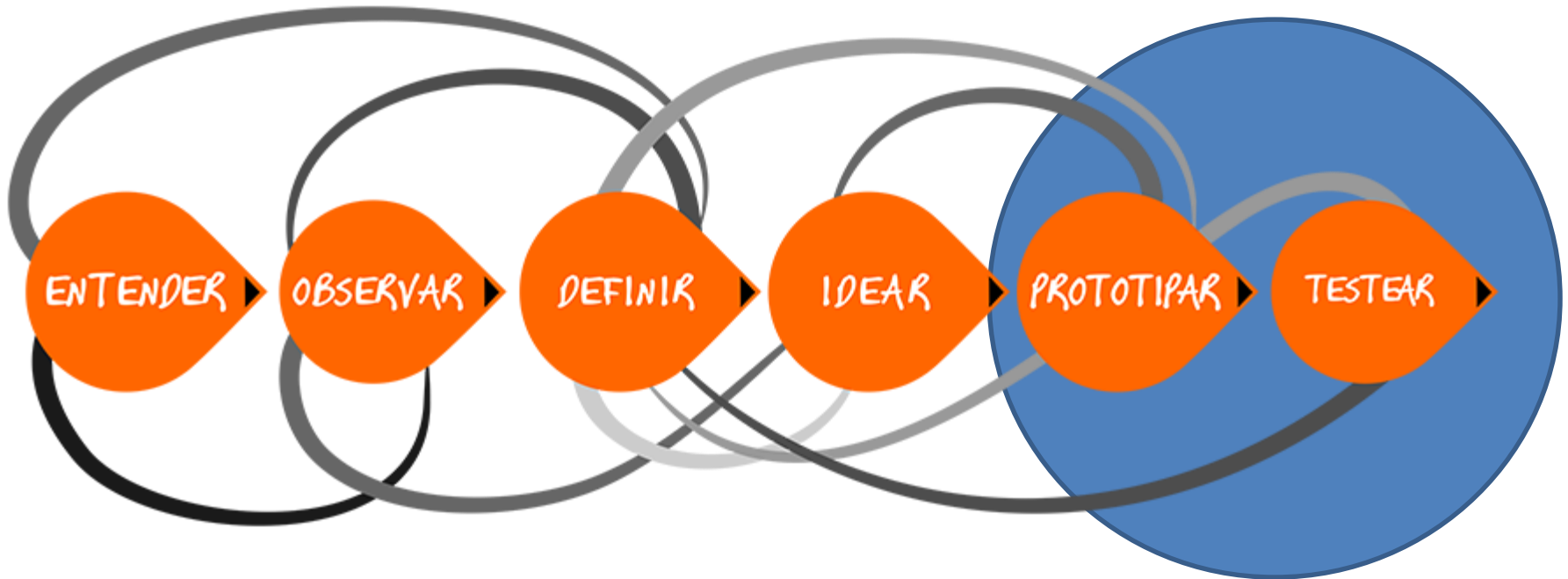
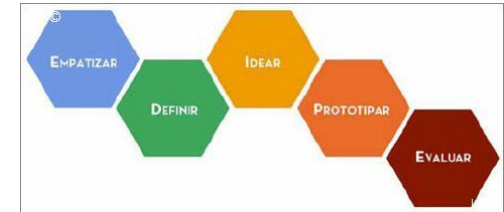
Herramientas:

- **Ejercicios de creatividad**
- **Tormenta de ideas**
 - Buscar espacios adecuados (tiempo y lugar)
- **Asociar y combinar ideas**
 - Las ideas novedosas son evolución y combinación de otras ideas



Pensamiento en diseño

Fase 3) Experimentar





Experimental

- El objetivo es validar o descartar las ideas.
- Acciones:
 - Prototipar – Testear
 - Prototipa como si supieras que tienes razón, pero testa como si supieras que estás equivocado.
 - Comunicar las ideas
 - Promover el codiseño, conectarnos con los usuarios



Prototipar

- Llevar las ideas de tu cabeza al mundo físico
- Crear prototipos de baja fidelidad
- Hay varias formas
 - Bocetos o maquetas
 - Escenificaciones
 - Ilusiones
 - Videos



Ejemplos prototipar



Mobile phone game for kids <http://www.youtube.com/watch?v=-SOeMA3DUEs>



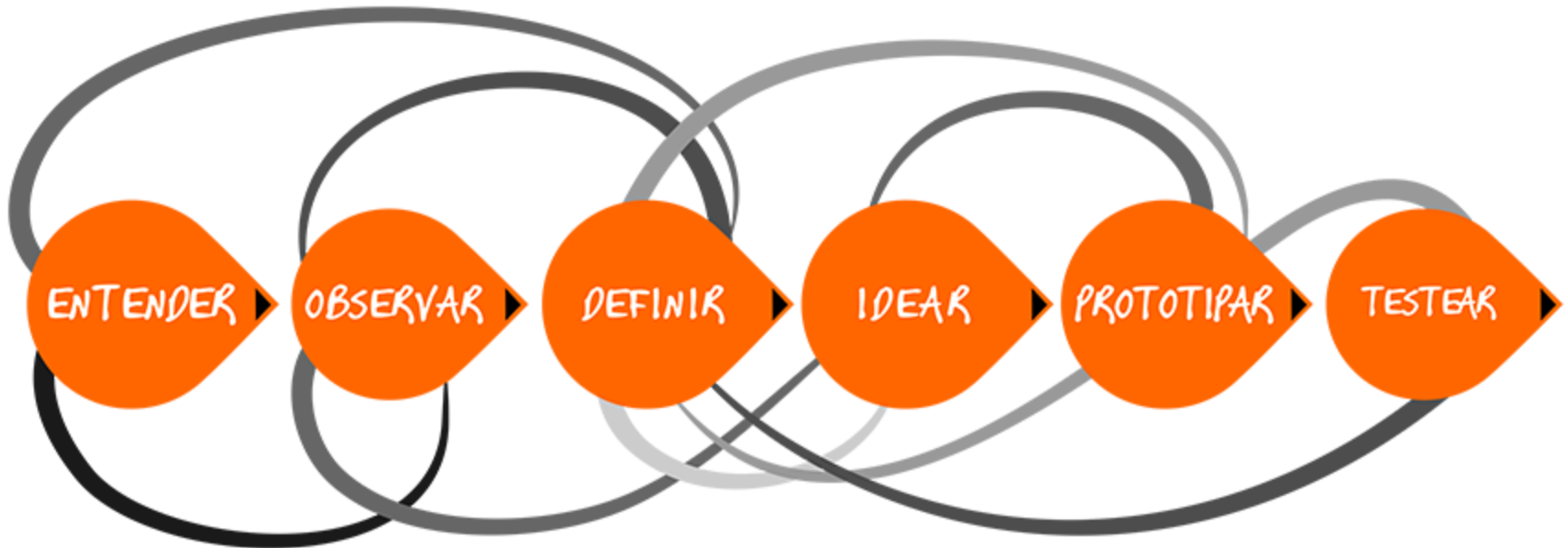
Testear

- Testar es la oportunidad de refinar nuestras soluciones y mejorarlas.
- Testear como si supieras que estás equivocado.
- ¿Por qué testar?
- Para refinar nuestros prototipos y soluciones.
- Para aprender más acerca de nuestro usuario.
- Para probar y refinar nuestro prototipo.



Pensamiento en diseño

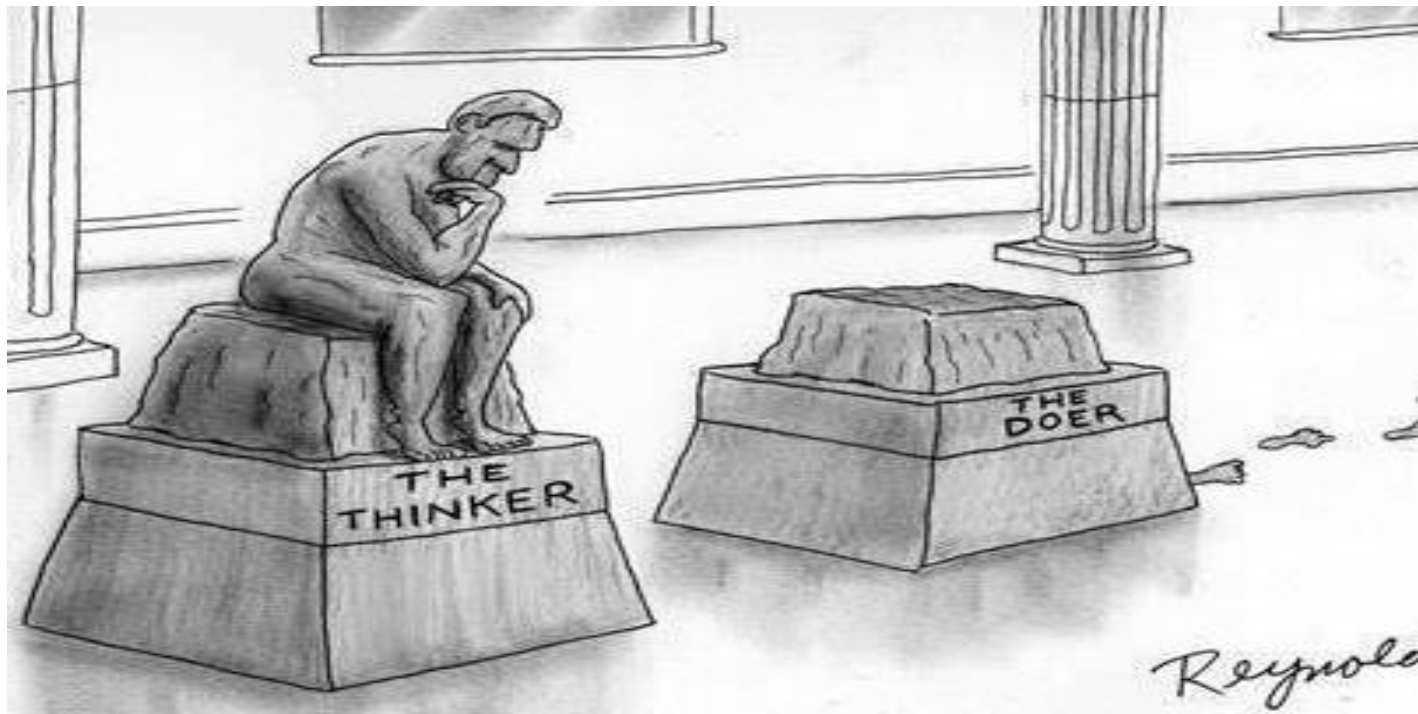
Proceso iterativo





Puedo innovar ?

Para saberlo tengo que intentarlo



MUCHAS GRACIAS



Centro de Innovación y Emprendimientos
Universidad ORT Uruguay

Mail: cie@ort.edu.uy
Teléfono: 29021505 int 1123

Web: www.ort.edu.uy/cie