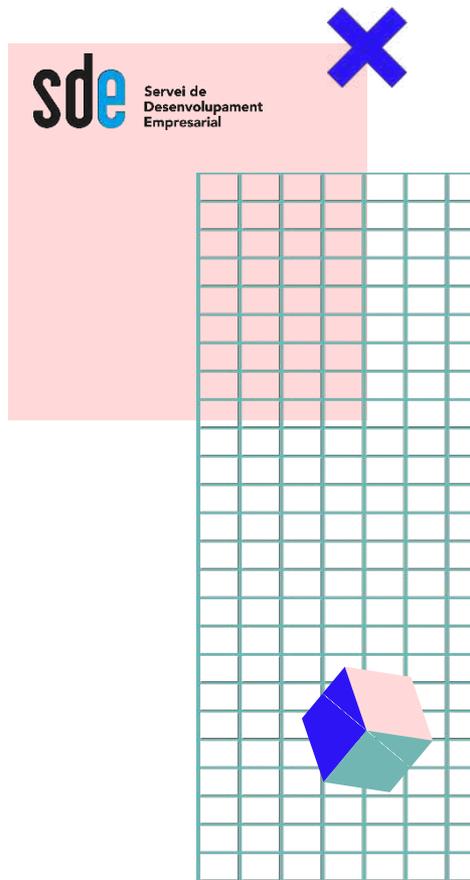


# Creativitat i Innovació | **PROTOTIPATGE**



@dianapinosc



WELCOME  
ON BOARD



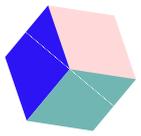
# Objectius



- Conèixer com es fan els prototíps per testar la idea amb el mercat objectiu amb diverses tècniques de prototipatge.
- Proporcionar als participants d'eines i recursos per conèixer la viabilitat i la sostenibilitat de la seva idea.
- Aprendre eines de comunicació, avaluació i desenvolupament d'idees.

El contenido de esta presentación está registrado en Safe Creative y es propiedad de [www.dianapinos.com](http://www.dianapinos.com) y está protegido por las leyes y tratados internacionales en material de propiedad intelectual. Asimismo, el contenido está preparado únicamente para tu uso personal y no comercial.

Gracias por tu comprensión y por respetar mi trabajo.  



2020



DESIGN THINKING

*Innovación*

2012

MÁSTER GESTIÓN CULTURAL

2010

Consultoría estratégica

*Creatividad*

2008

2004

Estudios mercado

*Empatizando con el consumidor*



**EMPATÍA**

**DEFINIR**

**IDEAR**

**PROTOTIPAR**

**APRENDER-TESTEAR**

Tener ese sueño me ha ayudado a dar en la Diana







CreativiKit®



icebreakers

## PRESENTACIONES CON ANIMALES

### OBJETIVO

Hacer una presentación divertida **activando el lado derecho del cerebro (más creativo)**.

### INSTRUCCIONES

Las personas participantes deben presentarse escogiendo un animal que empiece por la primera letra de su nombre y una cualidad que les describa, que comience con la primera letra de su apellido.

*En mi caso (Diana Pinos) podría elegir "Delfin Pintoresco".*

Otra variante es pedirles que digan cómo se llaman y se describan con un adjetivo que empiecen con la inicial de su nombre. Por ejemplo, en mi caso sería: "Hola soy Diana y soy Dinámica o Divertida :)"

CreativiKit®



# creativitat

Oportunitats 

Ideació 

Prototipatge 

**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



**ENTRENA  
TU MENTE**

14.10.20

**2** BÚSQUEDA  
DE OPORTUNIDADES



**SÉ UN  
RADAR**

28.10.20

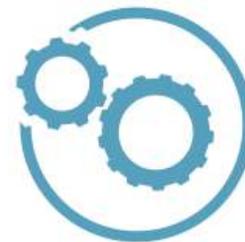
**3** IDEACIÓN



**GENERA  
IDEAS**

11.11.20

**4** TANGIBILIZAR



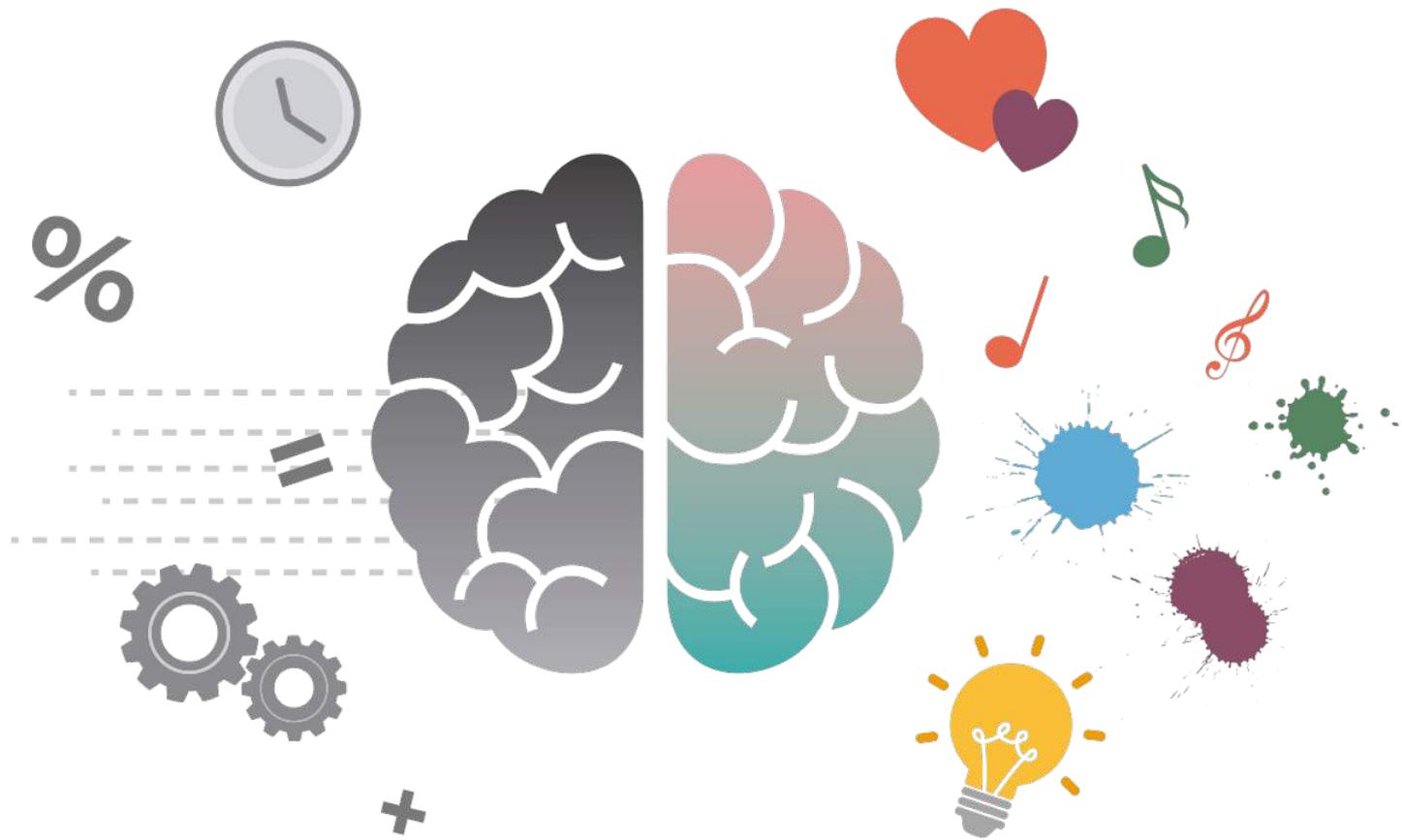
**PASA  
A LA ACCIÓN**

25.11.20

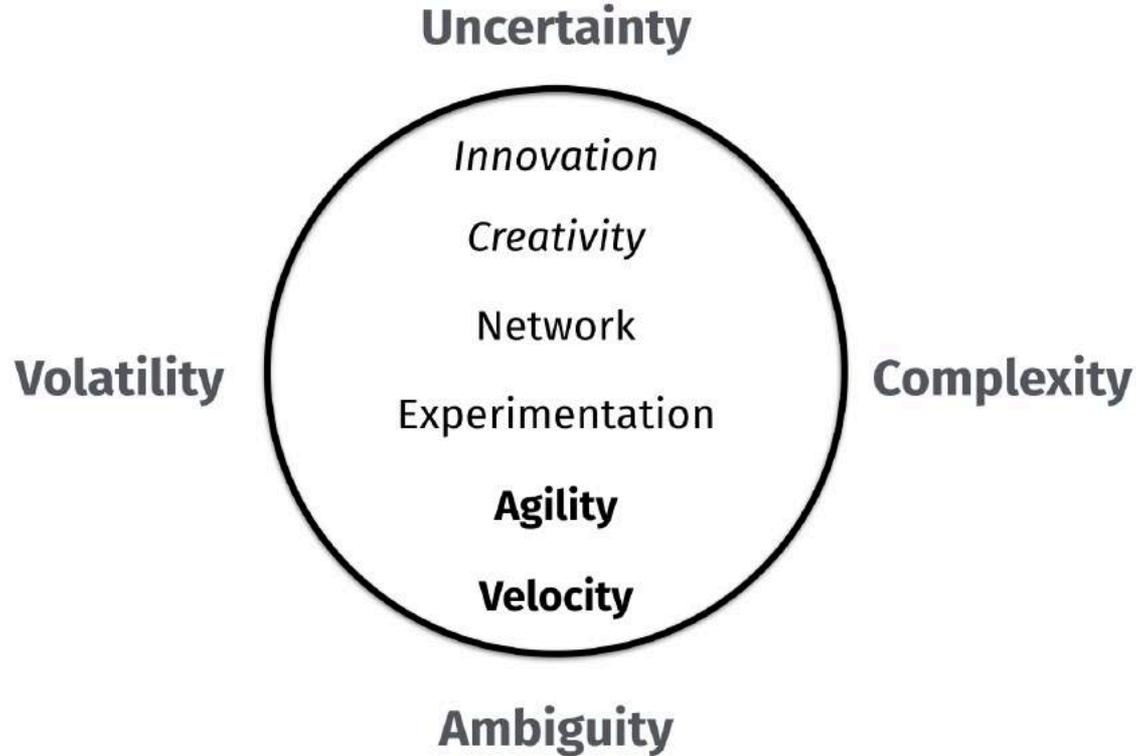
*“La creatividad es el recurso más importante. Sin ella siempre estaríamos repitiendo lo mismo”*

- Edward de Bono

“



# It's A **VUCA** World!





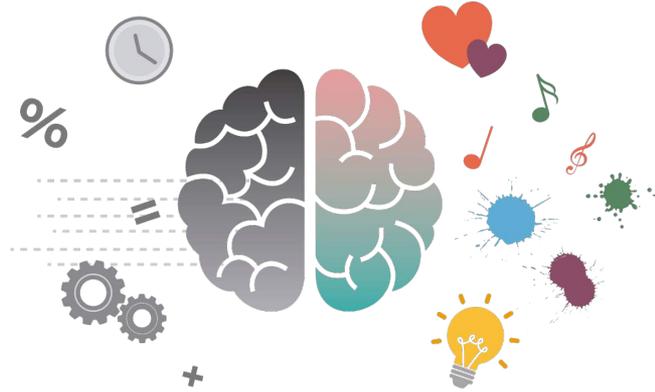


“

Nunca antes el poder de la creatividad ha sido tan importante para definir nuestro futuro inmediato.

WWW.DIANAPINOS.COM

Hoy más que nunca nos enfrentamos a **nuevos retos** que necesitan



Enfoques creativos

&



Valores humanos: empatía

# Design Thinking

# Design Thinking

El Design Thinking es una metodología de aproximación humana enfocada a fomentar la innovación en las organizaciones descubriendo ideas basadas en **las necesidades reales de las personas para GENERAR SOLUCIONES** a problemas y retos de manera viable.

Creatividad y la empatía son claves para aplicarla.



# Design Thinking

---

DIVERGENTE



CREAR  
POSIBILIDADES



CONVERGENTE



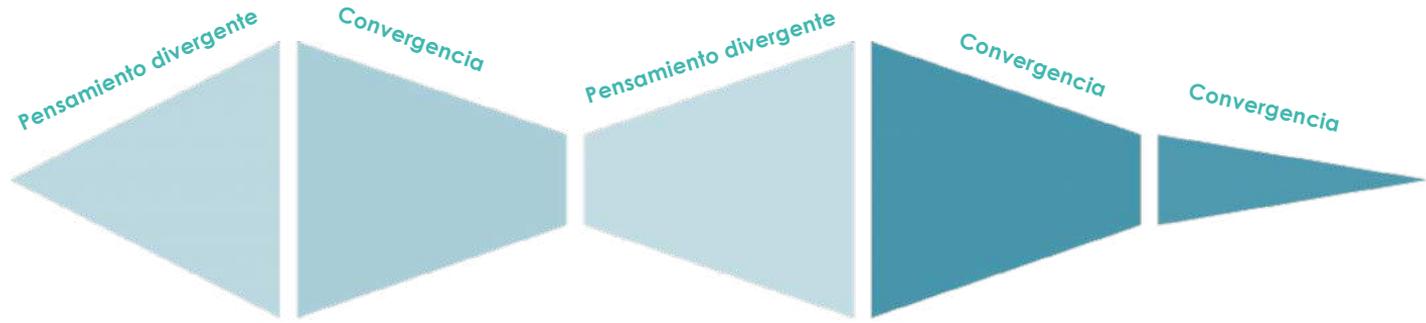
HACER  
UNA ELECCIÓN

---



El poder del DesignThinking radica en su capacidad de ir más allá de paradigmas existentes, repensando servicios, experiencias y productos.

# Proceso Design Thinking



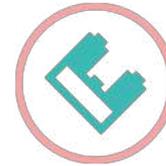
EMPATÍA



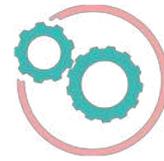
DEFINICIÓN



IDEACIÓN



PROTOTIPADO



TESTEO

# Design Thinking en el sector cultural

**Detecto**  
necesidades de lo que quiere mi PÚBLICO

Necesito ser creativo y **GENERAR** IDEAS

**Evalúo** mis ideas y las implemento



EMPATÍA



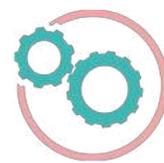
DEFINICIÓN



IDEACIÓN



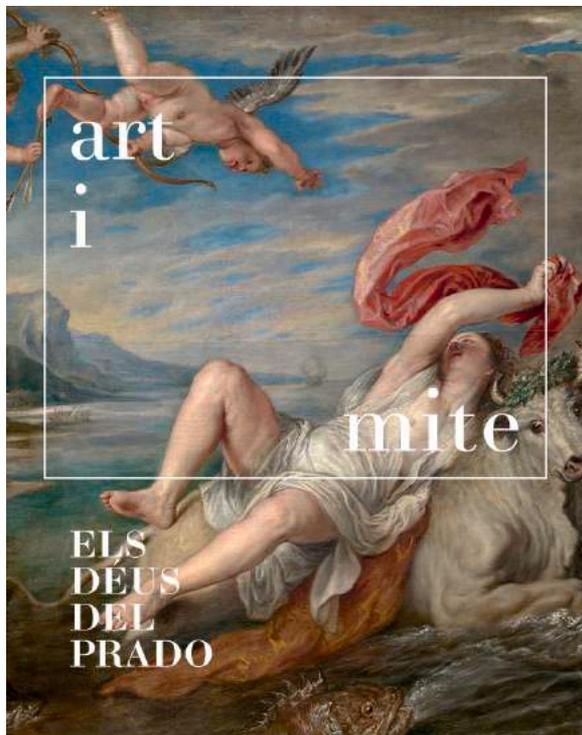
PROTOTIPADO



TESTEO

# + Exemple Fundació la Caixa Art i Mite

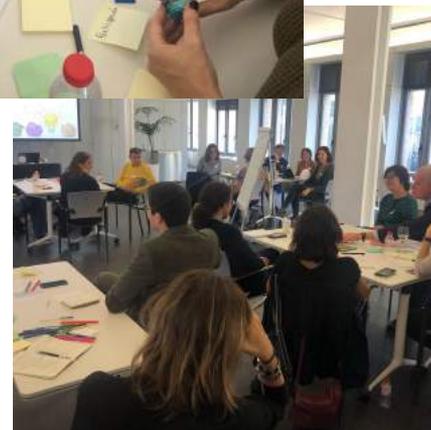
DEL 15 D'OCTUBRE DE 2020 AL 14 DE MARÇ DE 2021



En van treballar 5 targets objectius:

- Públic familiar
- Públic entre 45 – 65 anys
- Escolar
- Generació Z
- Públic entre 26-45 anys

La **sessió va acabar amb 5 idees concretes**, una per a cada perfil de visitant objectiu.





# CreativiKit®

**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



**ENTRENA  
TU MENTE**

**2** BÚSQUEDA  
DE OPORTUNIDADES



**SÉ UN  
RADAR**

**3** IDEACIÓN



**GENERA  
IDEAS**

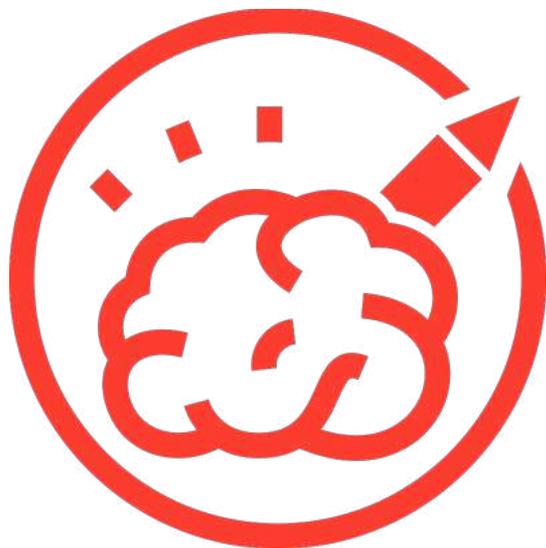
**4** TANGIBILIZAR



**PASA  
A LA ACCIÓN**



# 1. ENTRENA TU CREATIVIDAD





CreativiKit®

DIANA  PINOS



*La creatividad en general y las artes en particular, son cada vez más reconocidos como motores de la innovación y de desarrollo cultural, económico, político y social*

*– Bast, Gerald, Carayannis, Elias G., Campbell, David F. J. (Eds.)*

**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



ENTRENA  
TU MENTE

CreativiKit®



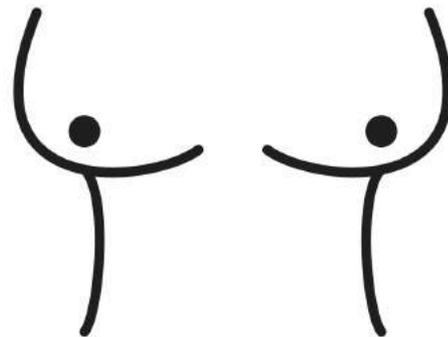
percepción

## ENTRENAMIENTO 8



DESCRIPCIÓN

¿Qué puedes ver?



CreativiKit®

**1 ENTRENA  
TU CREATIVIDAD**



**ENTRENA  
TU MENTE**

CreativiKit®



**pensamiento  
lateral**

## ENTRENAMIENTO 1

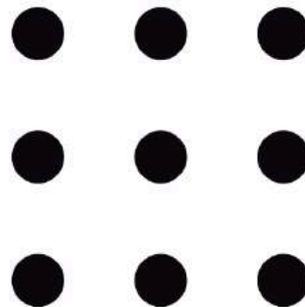


### DESCRIPCIÓN

Aquí tenemos otro clásico, el rompecabezas de la creatividad de los nueve puntos.

**Coge un bolígrafo y copia los nueve puntos en una libreta de ejercicios o en una hoja. Para resolver el problema, debes unir los nueve puntos dibujando no más de cuatro líneas rectas. Las líneas rectas deben ser continuas, es decir, no debes levantar el lápiz del papel una vez que comiences a dibujar.**

¿Ya sabes cómo?



# CreativiKit®

**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



**ENTRENA  
TU MENTE**

**2** BÚSQUEDA  
DE OPORTUNIDADES



**SÉ UN  
RADAR**

**3** IDEACIÓN



**GENERA  
IDEAS**

**4** TANGIBILIZAR



**PASA  
A LA ACCIÓN**



# 2.

## BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES



# A on són les OPORTUNITATS?

AUDIÈNCIA

CONTEXT

TENDÈNCIES

# EMPATIA

Ser empàtic per descobrir les necessitats  
**expressades i / o latents** (ocultes o  
amagades) de LA TEVA AUDIÈNCIA/  
ENTORN per poder **trobar OPORTUNITATS**  
i satisfer-les a través de **noves idees.**

A large iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water surface, while the much larger, jagged base is submerged underwater. The sky is blue with some clouds, and the water is a deep blue.

El que és observable

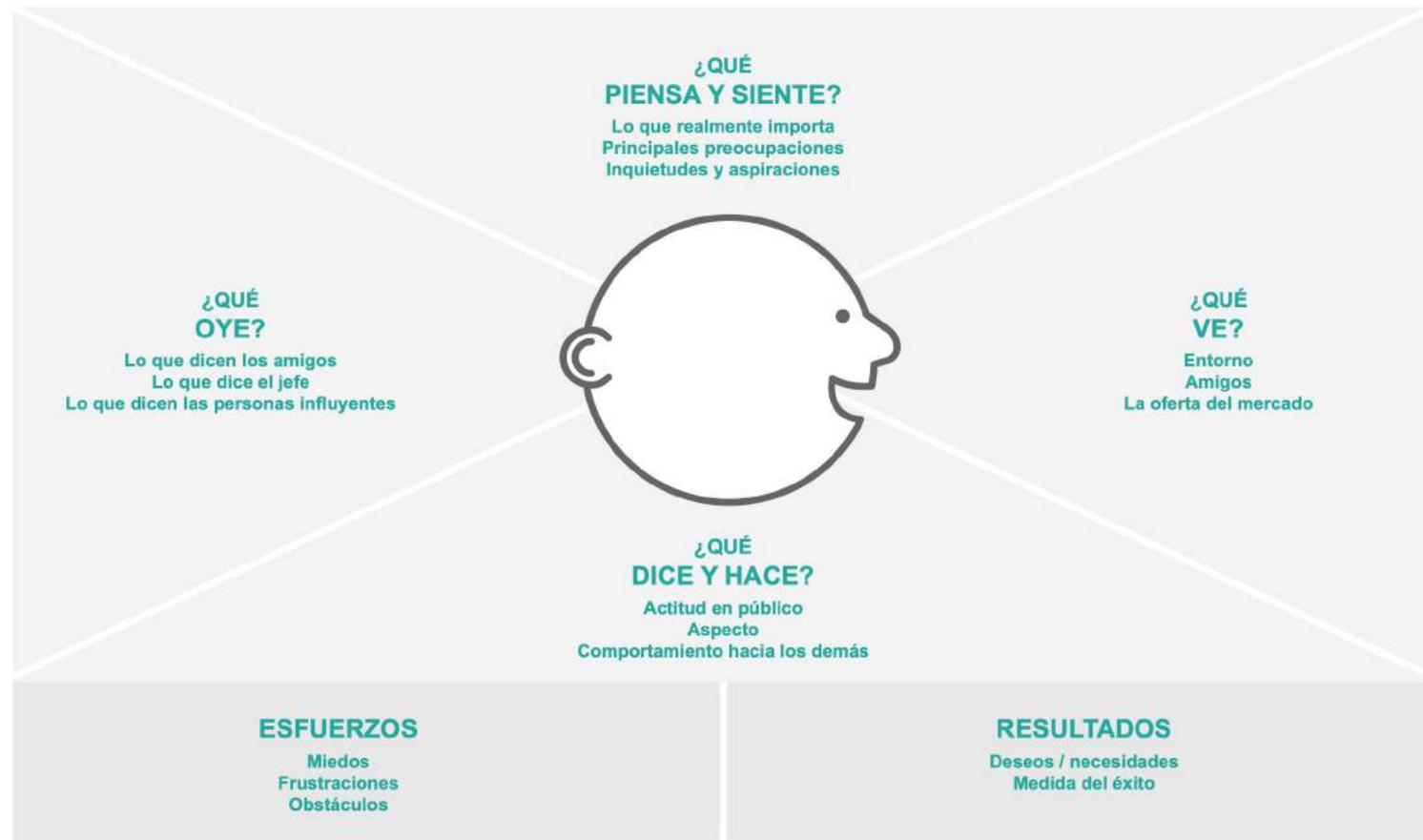
# EMPATIA

Funcional  
Emocional  
Social

Barreres i frustracions

Razones reales **(insights).**

# MAPA EMPATÍA



# CONTEXT

2

## TENDENCIAS DEMOGRÁFICAS

Datos sobre demografía, educación, empleo.  
¿Existen grandes cambios que pueden afectar a tu negocio?

3

## NORMAS Y REGULACIONES

¿Existen tendencias en las normas y regulaciones que afectarán a tu negocio en el futuro cercano?

4

## ECONOMÍA Y MEDIO AMBIENTE

¿Cuáles son las tendencias en la economía y en el medio ambiente que afectarán a tu negocio?

5

## COMPETENCIA

¿Qué tendencias ves entre tus competidores?  
¿Hay nuevas oportunidades?

1



TU ORGANIZACIÓN / SECTOR

6

## TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

¿Cuáles son los grandes cambios tecnológicos que afectarán a tu negocio en el futuro cercano?

7

## LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

¿Cuáles son las grandes tendencias en las necesidades de tus clientes? ¿Cómo se desarrollan las expectativas de tus clientes en un futuro cercano?

8

## INCERTIDUMBRES

¿Ves alguna gran incertidumbre? Cosas que pueden tener un gran impacto, pero no está claro cómo o cuándo.

# TENDÈNCIES

# Cerca Oportunitats en les TENDÈNCIES

Mirar tendències del nostre àmbit, mercat, societat com d'alters països pot ser una molt bona font d'inspiració per nodrir-nos de noves oportunitats

Alguns exemples de tendències:

Realitat Virtual

Aprentatge basat en  
Màquines i Big Data avançat

Logística i Distribució sota  
Demanda Seguretat de  
Dades

Punt d'Inflexió a imprimir 3D



# Com podriem...?



# + EJEMPLO



SAN FRANCISCO  
OPERA

**CHALLENGE** → La ópera de San Francisco estaba sufriendo una caída en picado de público y venta de entradas.



EMPATÍA



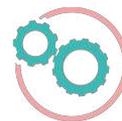
DEFINICIÓN



IDEACIÓN



PROTOTIPADO



TESTEO

*"la ópera es aburrida y para gente mayor".*

**CÓMO PODRÍAMOS**

*¿Cómo podríamos hacer más atractiva la ópera a los jóvenes para que la vean divertida?*

TUESDAY  
August  
2



Teamwork

TEAM

DO

Success



Practice

A

B

CHALLENGE



Skill

HOW

WORK



Research

focus



Mission



**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



**ENTRENA  
TU MENTE**

**2** BÚSQUEDA  
DE OPORTUNIDADES



**SÉ UN  
RADAR**

**3** IDEACIÓN



**GENERA  
IDEAS**

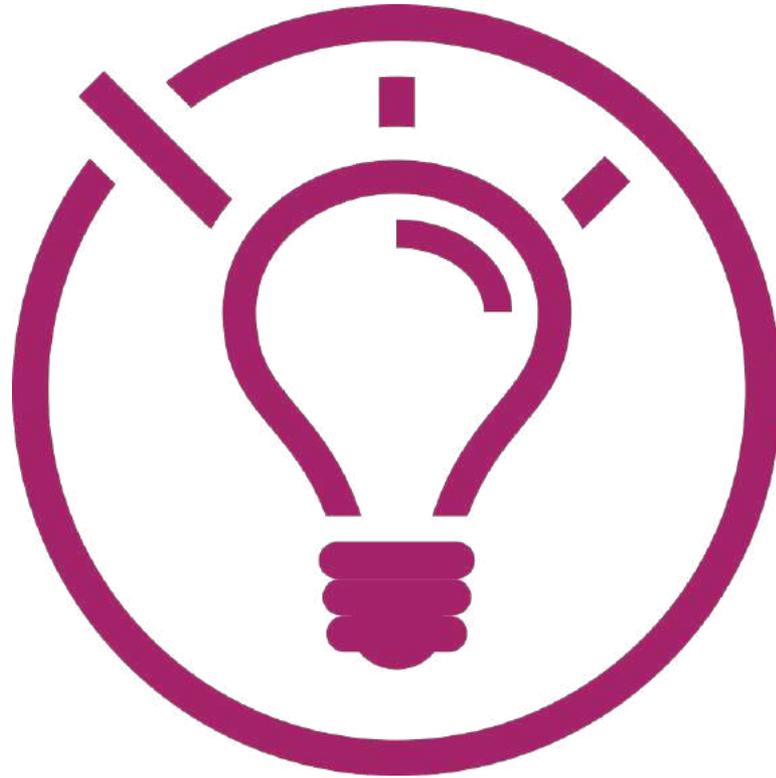
**4** TANGIBILIZAR



**PASA  
A LA ACCIÓN**

# 3.

## GENERA IDEAS









What if ...

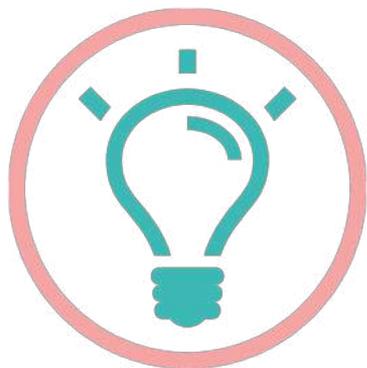
*“La única forma de tener buenas ideas es teniendo muchas ideas ”*

- Linus Pauling

“



La cantidad y diversidad de ideas son esenciales para encontrar UNA IDEA que realmente valga la pena



IDEACIÓN

CreativiKit®



técnicas de  
creatividad

## BRAINWRITING

### OBJETIVO

Conseguir una gran cantidad de ideas innovadoras de manera simple y eficaz.

**Se consigue un gran número de ideas**, que tendrán el mismo valor independientemente de quien las aporte, dando participación a aquellas personas que son más tímidas o no les gusta ser el centro de atención, **asegurando la ideación de todo el mundo.**

### INSTRUCCIONES

Se marca un tiempo determinado para generar ideas, respuestas a la pregunta, reto o problema previamente formulado.

Los participantes escriben en un pòsit sus ideas.

**Primero de manera individual**, cada idea en un pòsit, y las dejan a la vista, en el centro de la mesa o en una pared, para que el resto del grupo, si se queda en blanco, se inspire, así se propicia el enriquecimiento grupal.



# + EJEMPLO startup sector libre

Sector tecnológico

**Reto:** encontrar nuevas temáticas, formatos y canales para un audiolibro sensorial

---

**Participantes:** millenials.

---

**Solución:** ideación de diversos formatos y canales para el relato transmedia



## 3 IDEACIÓN



GENERA  
IDEAS

CreativiKit®



técnicas de  
creatividad

## ORTHODOXIES

### OBJETIVO

Encontrar ideas divergentes y desafiar el *status quo*.

### INSTRUCCIONES

Esta técnica de creatividad, si fuera un arquetipo, sería el más rompedor. Consiste en hacer lo opuesto a la norma y desafiar un modelo establecido.

Se basa en cuatro principios básicos para aplicarla:

- Revélate ante los dogmas.
- Encuentra los absurdos.
- Ir a los extremos.
- Busca el 'porqué'.

¿Cómo ponerla en marcha?

Indica un **hecho o suposición** sobre tu industria o problema.

Pregúntate **por qué** lo anterior es verdad? ¿Deberías desafiarlo?

Ahora responde, ¿qué sería lo **opuesto** a esa suposición?

**Crea posibilidades** basadas en esta nueva idea.

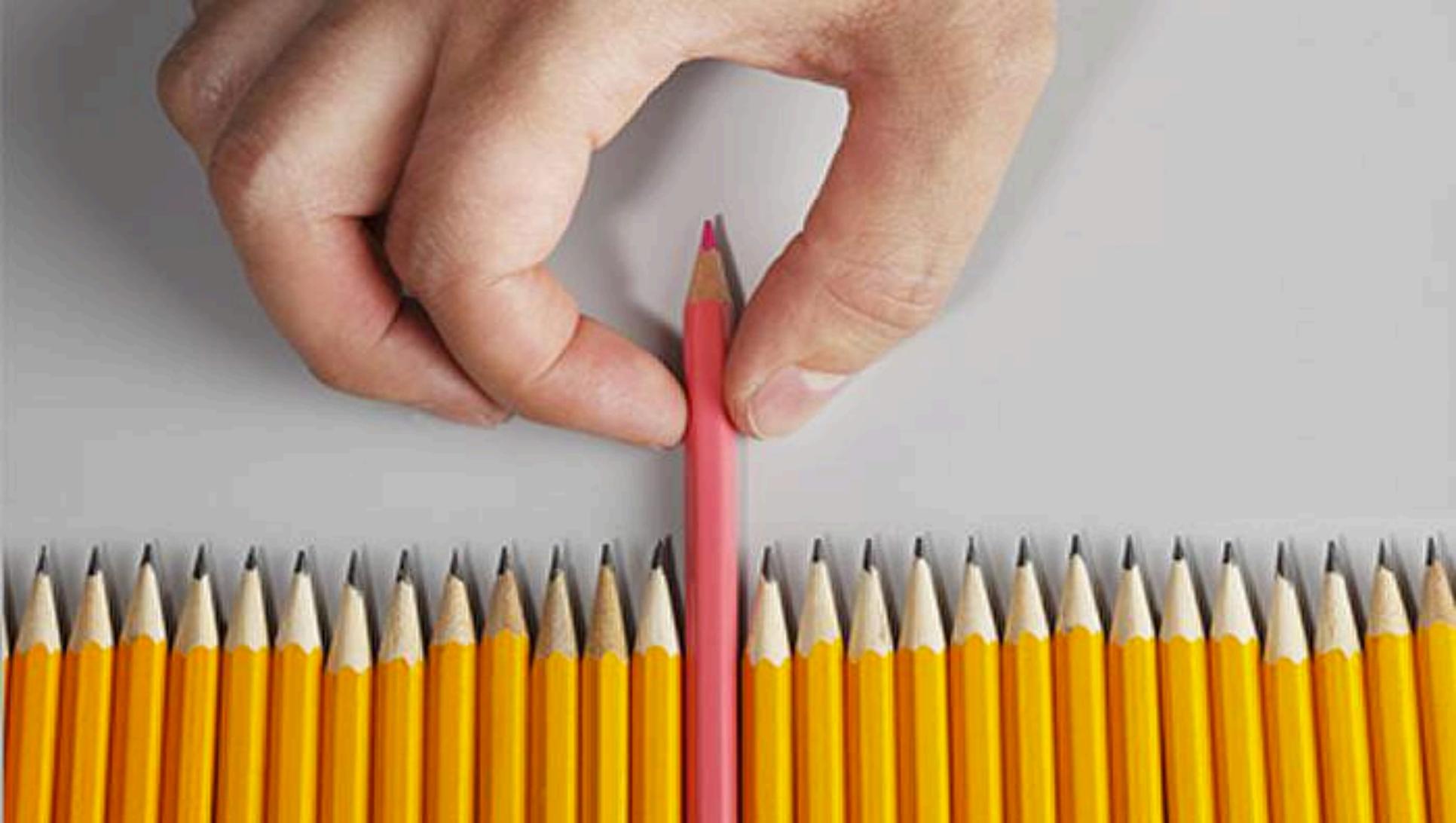
CreativiKit®





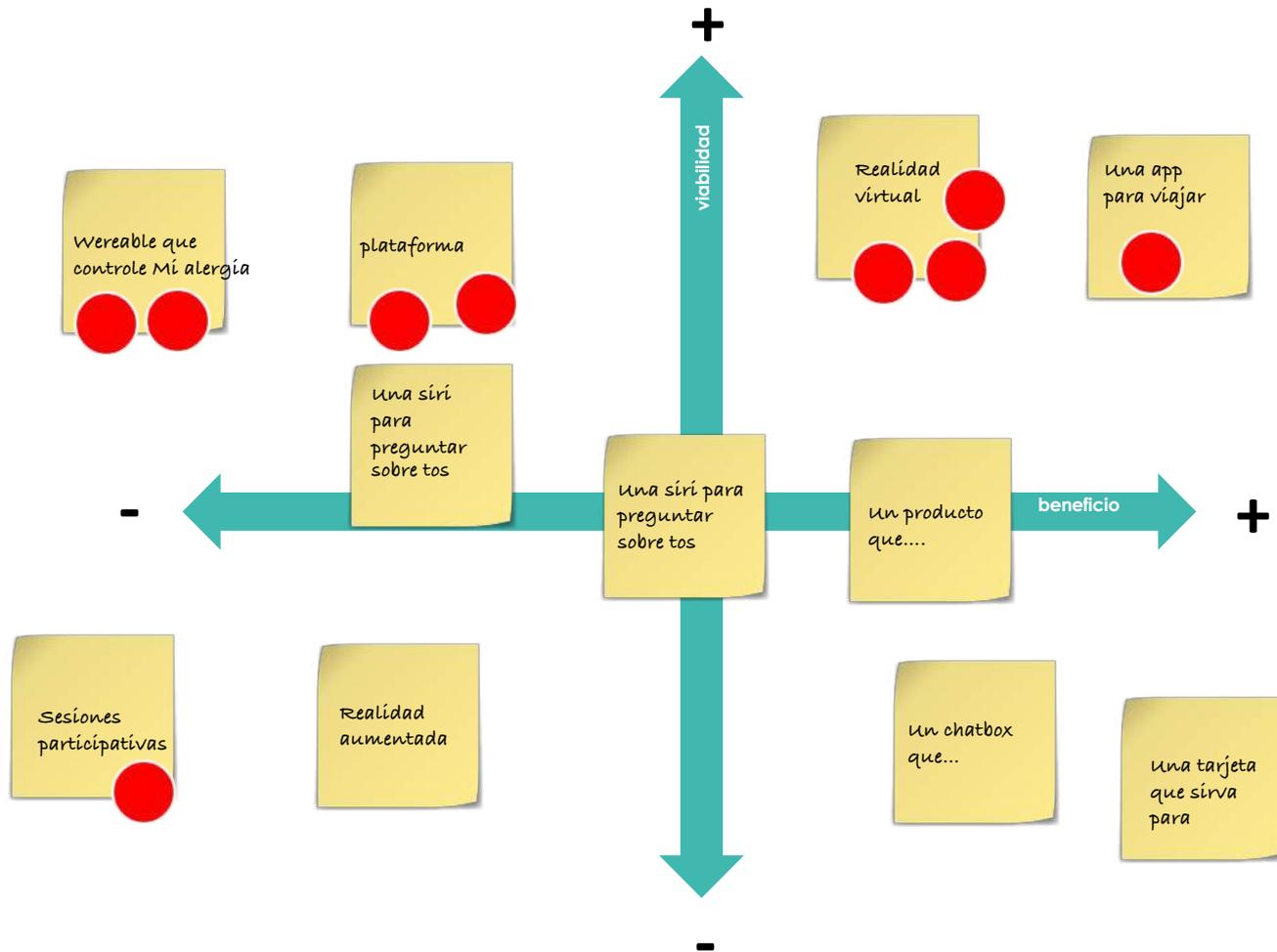








*The New Post-it®  
App now available  
for macOS Catalina*



**1** ENTRENA  
TU CREATIVIDAD



**ENTRENA  
TU MENTE**

**2** BÚSQUEDA  
DE OPORTUNIDADES



**SÉ UN  
RADAR**

**3** IDEACIÓN



**GENERA  
IDEAS**

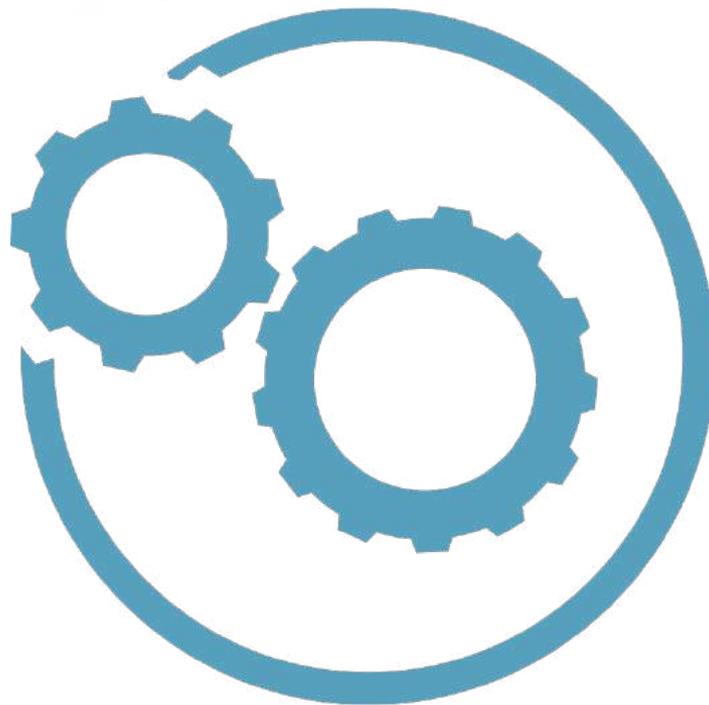
**4** TANGIBILIZAR



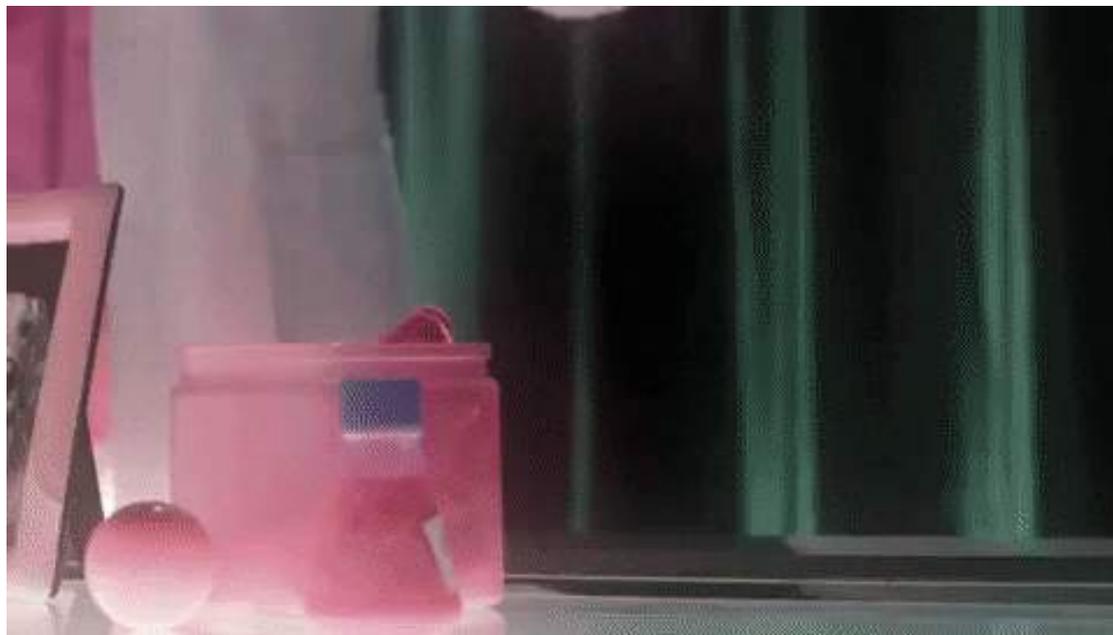
**PASA  
A LA ACCIÓN**



# 4. PASA A LA ACCIÓN



**i = e + c x a**



**INNOVACIÓN = EMPATÍA + CREATIVIDAD × ACCIÓN**



**UNA IDEA SIN  
EJECUTAR NO  
SIRVE PARA  
NADA**



Què són els prototíps? Per a què serveixen?

Un prototipo es un **modelo experimental** simple de una solución propuesta, utilizado para probar o **validar ideas, suposiciones de diseño y otros aspectos de su conceptualización**, de manera rápida y económica, de modo que los diseñadores involucrados puedan hacer los ajustes apropiados hacia la ejecución final, y de esta manera, ver la posible viabilidad o efecto en el target objetivo.



# Prototipar es tangibilizar

DISCOVERY

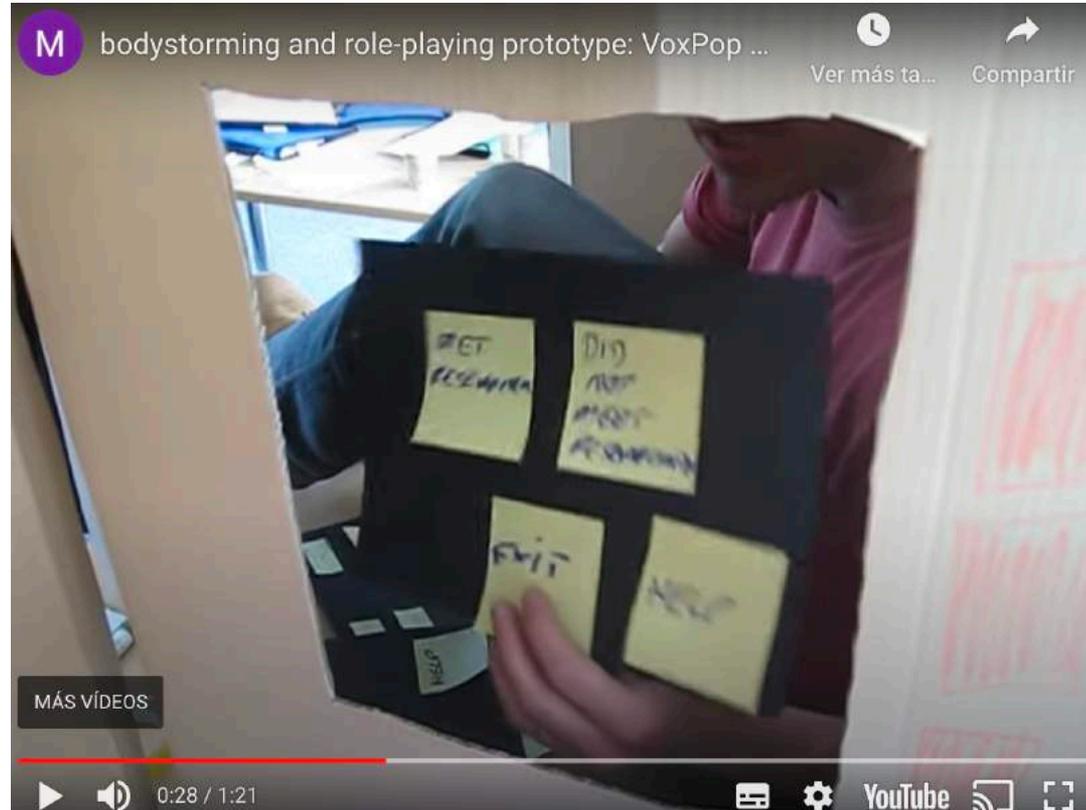
# Productes



# Interaccions



# Serveis





# Tècniques de prototípatge

**ACTION**

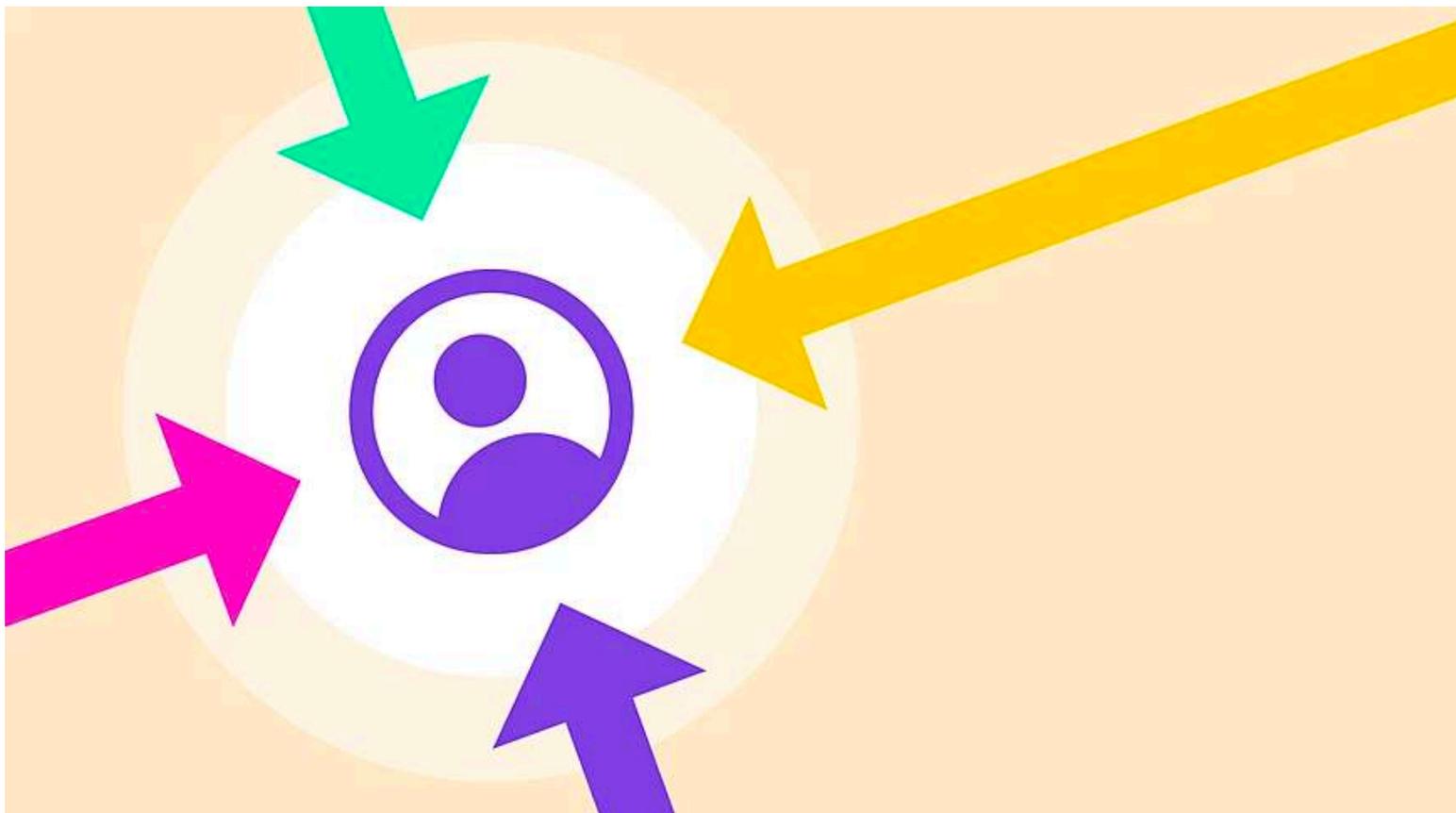
*"Prototipa rápido, prototipa barato"*

- Steve Blank

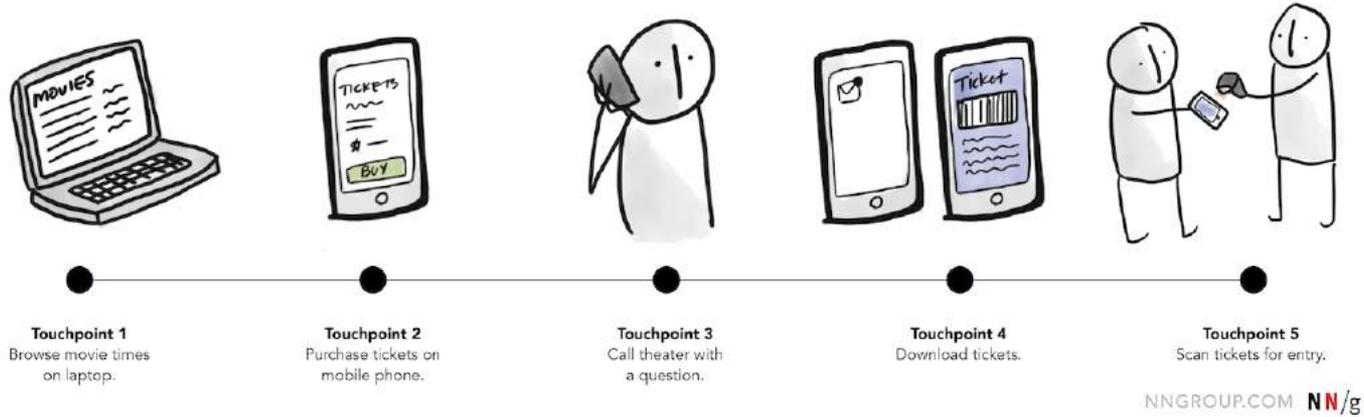
“

# FOCUS, DARLING

CHARUCA



## CUSTOMER JOURNEY: A USER VISITS THE THEATER

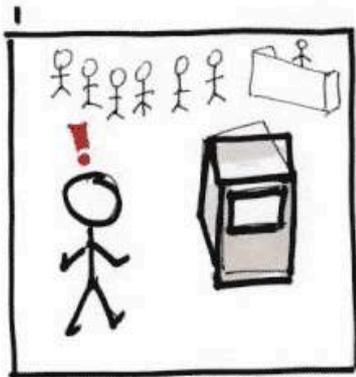


# USER JOURNEY

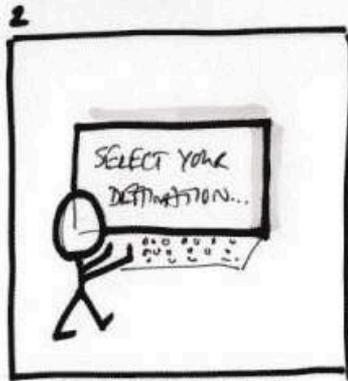
	ABANS	DURANT	DESPRÉS
ACCIONS			
PUNTS CONTACTE			
NECESSITATS			
GRAU SATISFACCIÓ			
			
			
OPORTUNITATS DE MILLORA			

# Storyboard

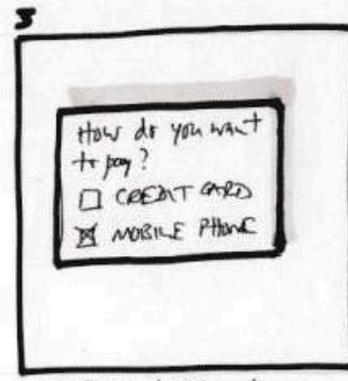




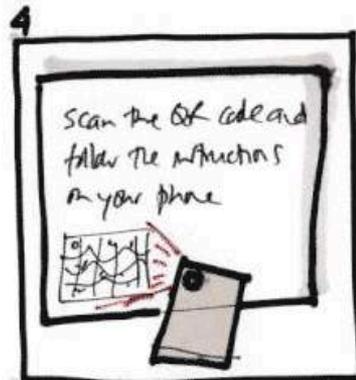
User arrives at station, sees kiosk and long queues for the ticket office



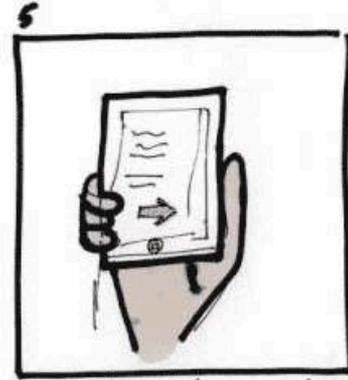
User goes through queue



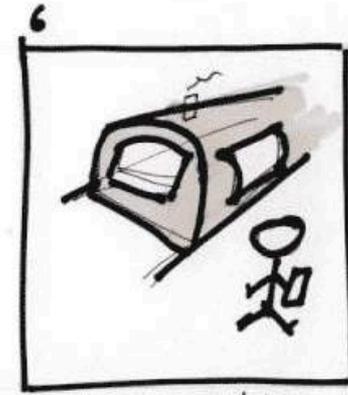
On payment screen, he chooses mobile phone



He scans the QR code

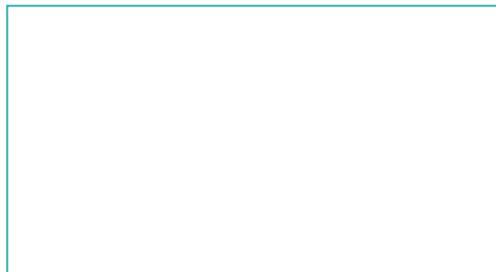


Follow instructions to pay, and has ticket delivered



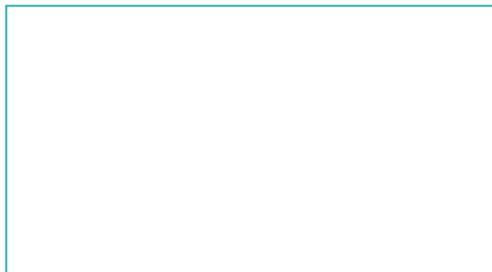
Gets on train with ticket delivered to his phone - Speedy!

# STORY BOARD



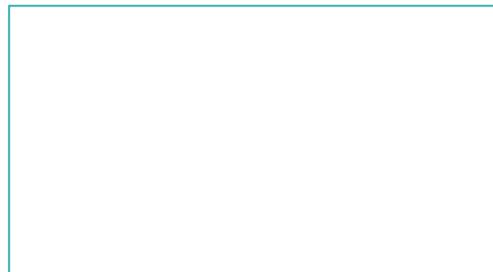
---

---



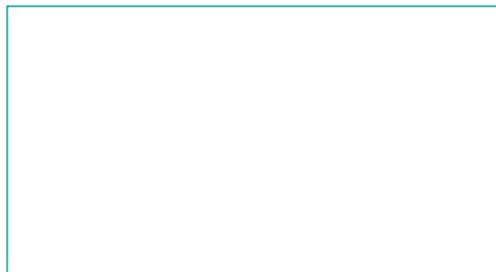
---

---



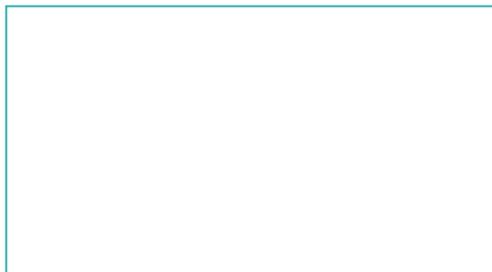
---

---



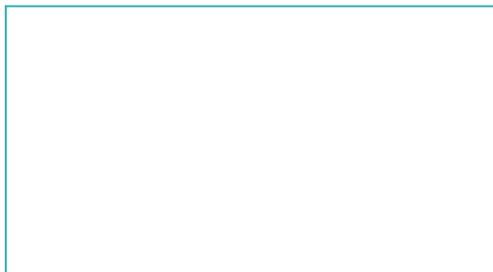
---

---



---

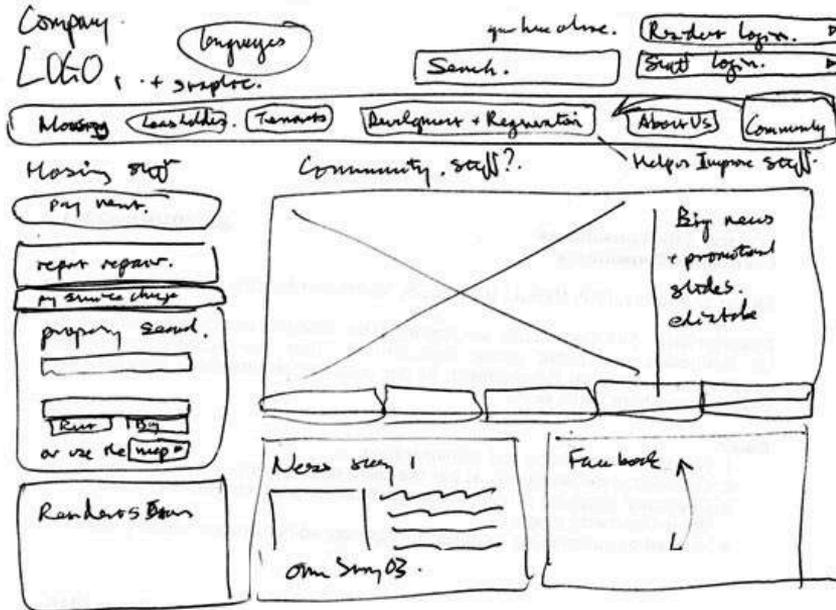
---

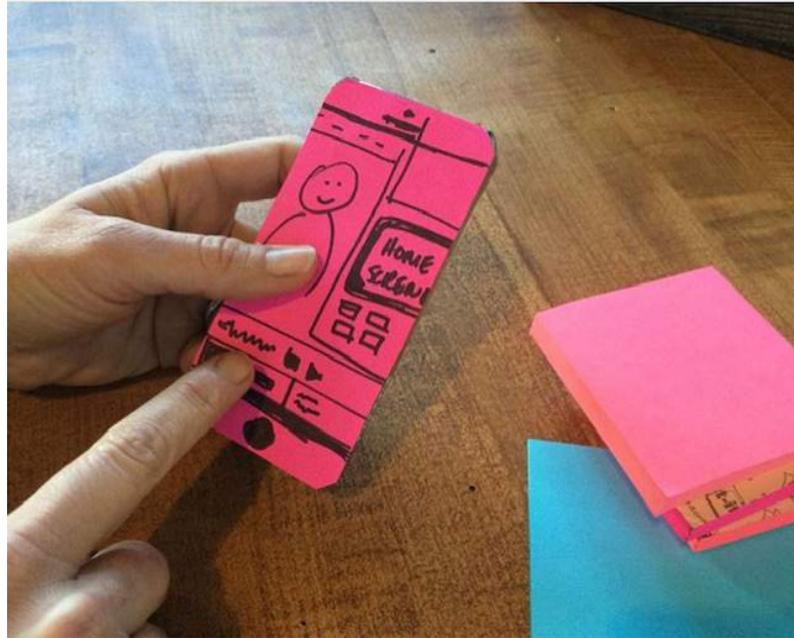


---

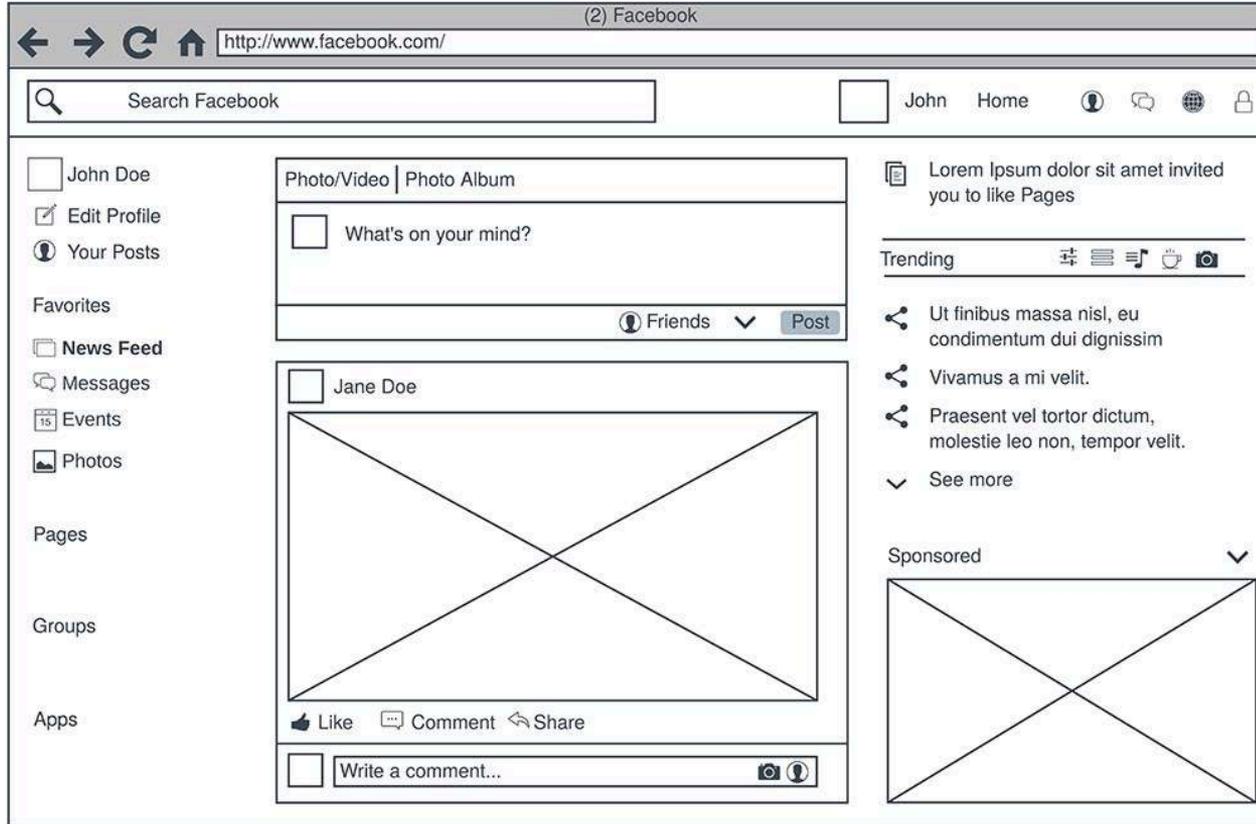
---

# SKETCH





# WIREFRAME



# MOCKUP

**almundo** Hoteles Vuelos Paquetes Más Ofertas clubalmundo

Voy a hospedarme en Miami, Estados Unidos de América Fecha de entrada 20/09/2017 Fecha de salida 20/09/2017 Personas 2 huéspedes **Buscar**

Home > Viajes > Río de Janeiro > Río de Janeiro, diversión y fútbol

### Iberostar Berkeley Shore Hotel ★★★★★

5445 Collins Ave, Miami [Ver hotel en mapa](#)



**Descripción**

Es uno de los principales centros económicos, de recursos culturales y financieros del país, y es conocida internacionalmente por sus iconos culturales y paisajes, como el Pan de Azúcar, la estatua del Cristo Redentor (una de las siete maravillas del mundo moderno), las playas de Copacabana e Ipanema, el estadio Maracanã, el Parque Nacional de Tijuca (el mayor bosque urbano del mundo), la Quinta de Boa Vista, la isla de Paquetaí, las Fiestas de Fin de Año en

[Ver más](#)

**Servicios del hotel**

Internet Pets friendly Piscina Internet Pets friendly Piscina Internet Pets friendly Piscina

[Ver más](#)

Precio por 10 noches para 3 personas en 2 habitaciones ~~COP 900.000~~ **COP 824.102.000** impuestos y tasas no incluidos

**Ver habitaciones**

Paga en cuotas o en destino

**Políticas y condiciones**

Las condiciones de cancelación pueden variar según el tipo de habitación. Consulta las distintas opciones en el detalle de cada habitación.

# LANDING PAGE



**CASSIOPEA**  
Accademia d'Arte Drammatica

HOME CHI SIAMO L'INSEGNAMENTO IL LAVORO DOPO LA SCUOLA DOVE SIAMO

+39 3403029448

Aperte le iscrizioni allo stage gratuito di orientamento

## ACCADEMIA D'ARTE DRAMMATICA CASSIOPEA ENTRA IN SCENA DA PROTAGONISTA.

Partecipa allo stage gratuito di selezione.  
È valido come prova di ammissione ai corsi triennali dell'Accademia.

Prossimo Stage di Orientamento **15 - 19 ottobre.**

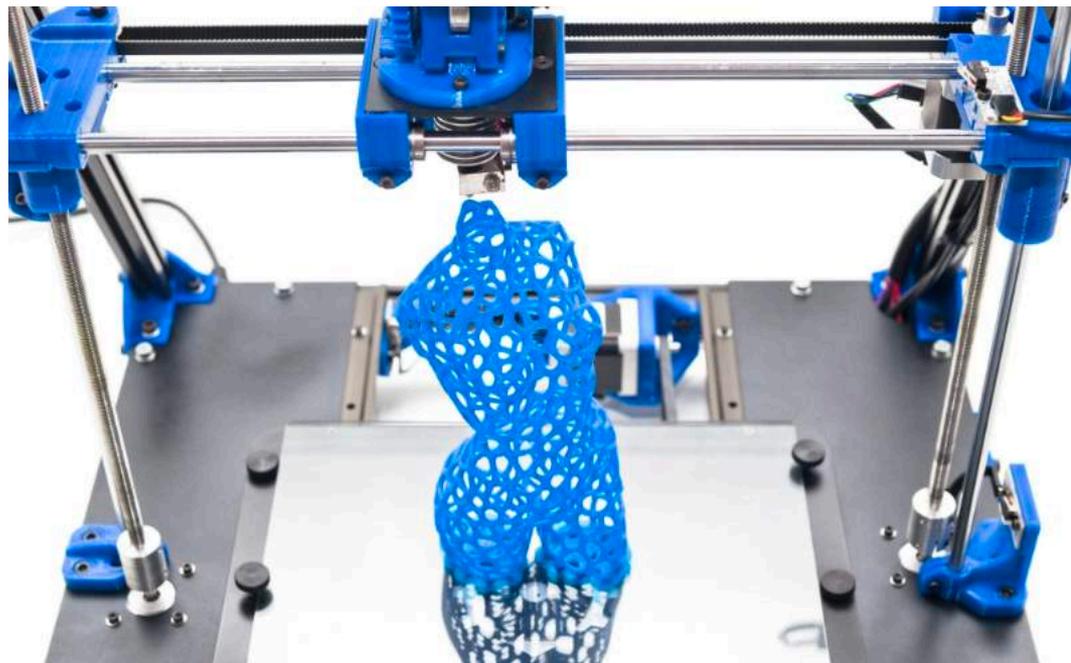
ISCRIVITI ORA

# LA LANDING PERFECTA



[www.windupschool.com](http://www.windupschool.com)

# Impresores 3D





***Lego® Serious Play®***

# Lego® Serious Play® in action



*You can discover more about a person in an hour of a play than in a year of conversation*  
- Plato



## constructivismo

El hecho de **pensar y construir con las manos** ayuda a conceptualizar ideas que de otra manera no surgirían.

Cuando construimos se producen **conexiones neuronales** que enriquecen muchísimo todo el **proceso creativo**.

# + EJEMPLO

## Multinacional gran consumo

**Sector:** alimentación

**Reto:** crear un nuevo postre acorde a las necesidades del consumidor actual.

**Participantes:** consumidores.

**Solución:** conceptualización de los elementos clave para poder crear el nuevo postre de la compañía.





JUST IN MIND

Product ▾ Examples Free tools ▾ Learn ▾ Pricing

Download Free

# All-in-one prototyping tool for web and mobile apps

From wireframes to highly interactive prototypes

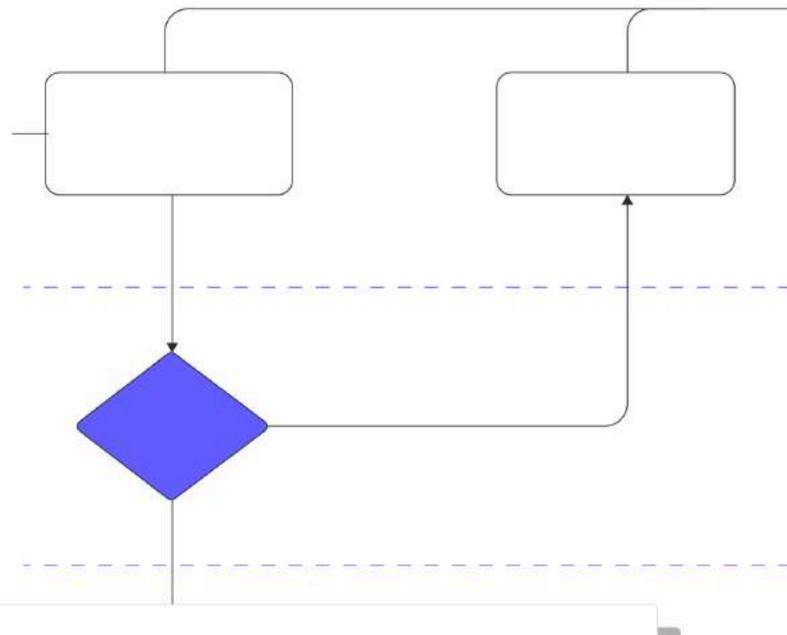
Download Free

# Crear customer journey map online

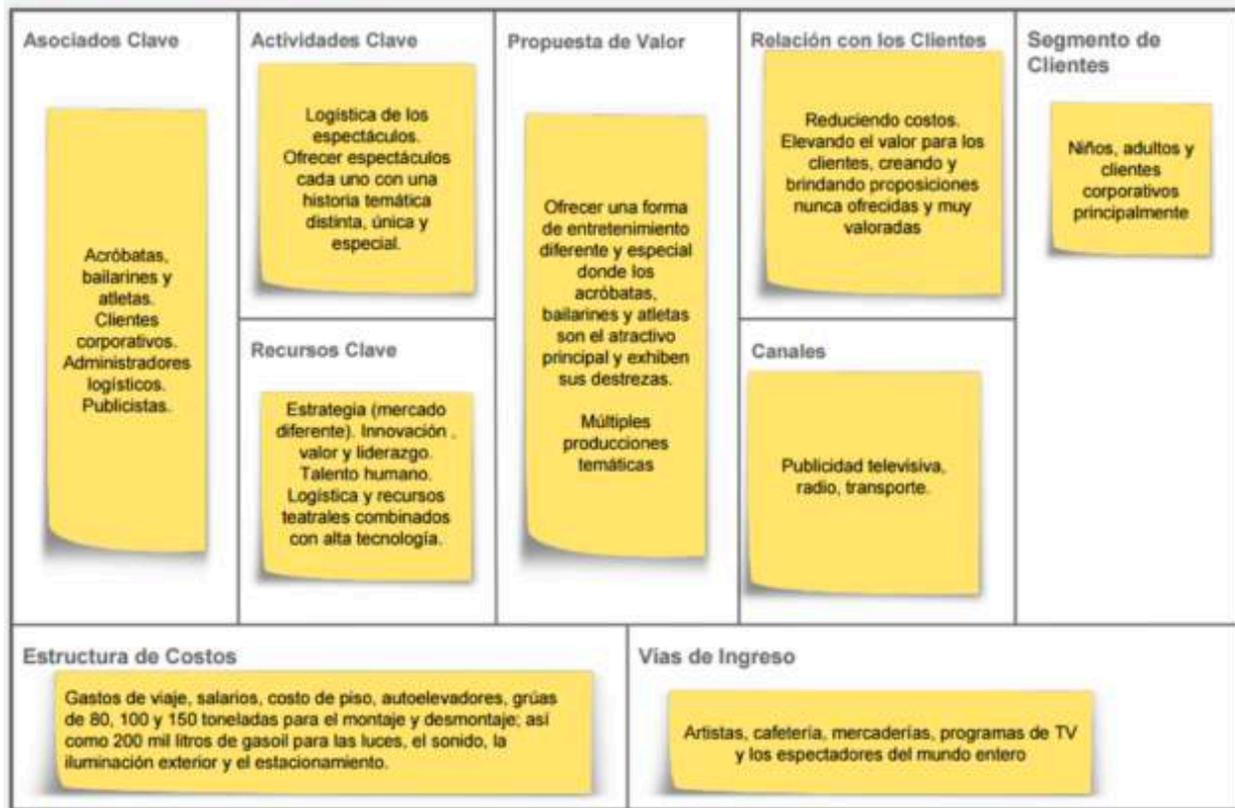
Lucidchart es un espacio de trabajo gráfico que combina diagramas, visualización de datos y colaboración para acelerar la comprensión e impulsar la innovación.

Crear un diagrama

Mira el video →



## Business Model Canvas



## Create a new Business Model Canvas

The Business Model Canvas was proposed by **Alexander Osterwalder** based on his earlier book: **Business Model Ontology**. It outlines nine segments which form the building blocks for the business model in a nice one-page canvas. You can find a detailed explanation in his bestselling book "Business Model Generation".

If you want to try it a Business Model Canvas without entering your email address, please use our **Canvanizer 2.0 Business Model Canvas Demo** for a first impression.



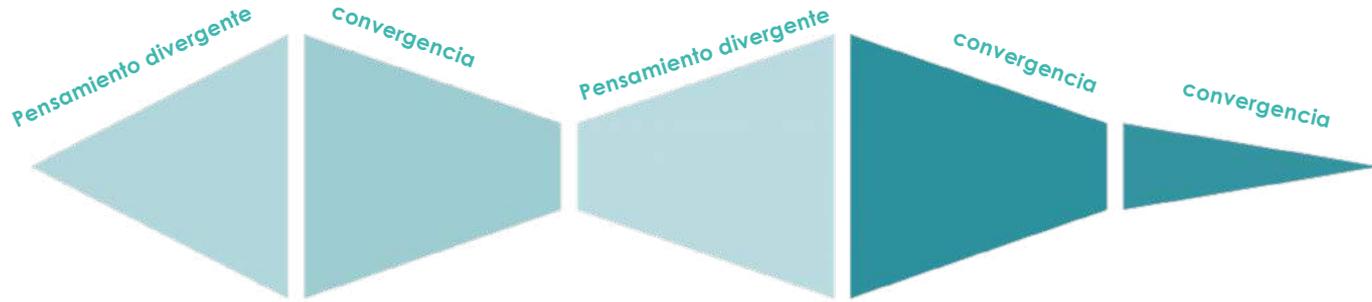
Canvas Title:

Your Email:

I'm not a robot  reCAPTCHA  
Privacy - Terms

[Start Canvanizing!](#)

# Proceso Design Thinking



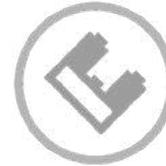
EMPATÍA



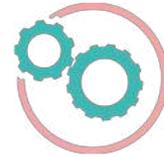
DEFINICIÓN



IDEACIÓN



PROTOTIPADO



TESTEO

*Prototype as if you know you're right,  
but test as if you know you're wrong.*



# + EJEMPLO

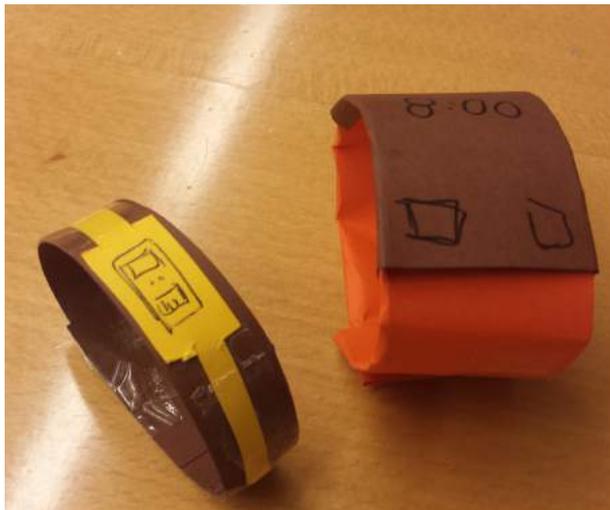
## Farmacéutica

**Sector:** salud

**Reto:** crear un nuevo dispositivo para monitorización pacientes diabéticos.

**Participantes:** pacientes, cuidadores y médicos

**Solución:** dispositivos ayuden al control y seguridad de la enfermedad.



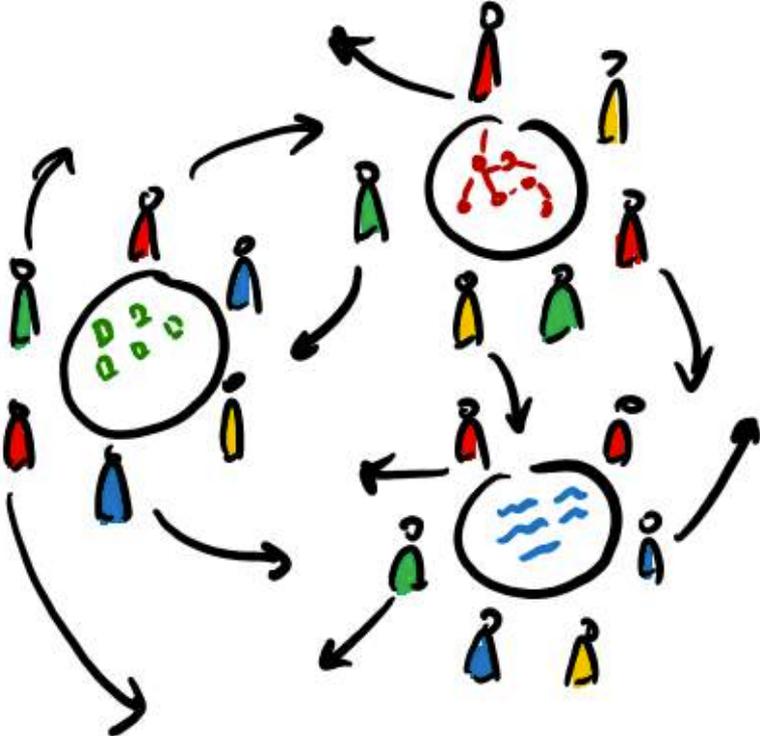
¿Qué funciona?

¿Qué se puede mejorar?

Preguntas

Ideas

# WORLD CAFÉ



# + EJEMPLO



SAN FRANCISCO  
OPERA

**CHALLENGE** → La ópera de San Francisco estaba sufriendo una caída en picado de público y venta de entradas.



EMPATÍA

"la ópera es aburrida y para gente mayor".  
Primer acierto, dar con un insight que permitiera definir un problema



DEFINICIÓN



IDEACIÓN



PROTOTIPADO

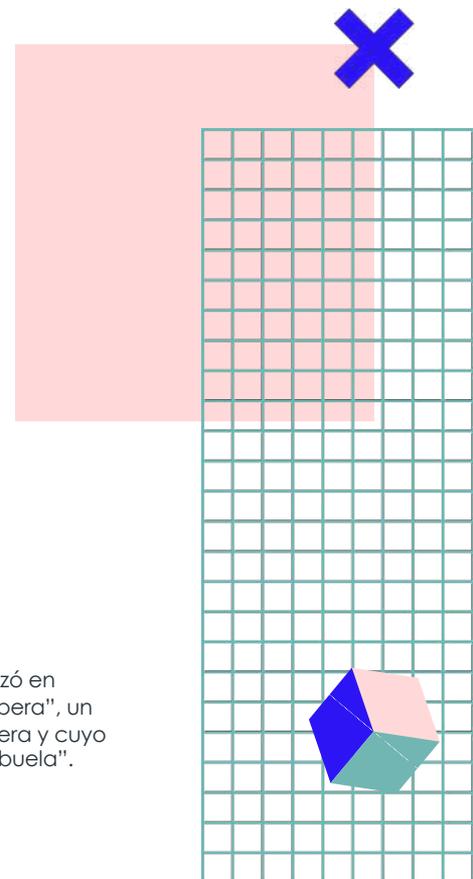
Buscar una solución. Todo este proceso se materializó en un prototipo con el que aprendieron llamado "Barely Opera", un evento que se realizaba en un espacio cercano a la ópera y cuyo claim era "esta no es la Ópera que le gustaba a tu abuela".



TESTEO

## SOLUCIÓN:

Fruto de este proyecto, nació "[SFOpera Lab](#)" una iniciativa que explora otras maneras de entender la Ópera, más cercana y colaborativa.

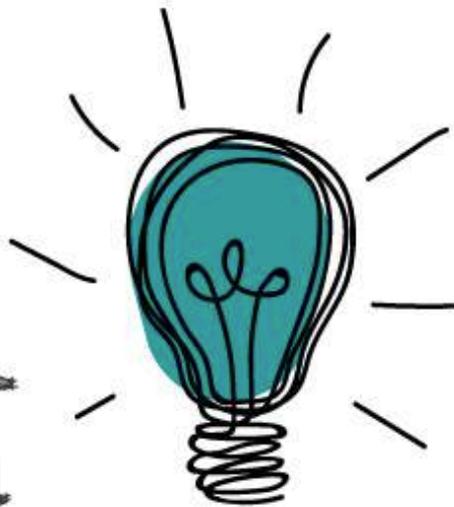


# Comunica tu idea



## PITCH IDEA

Pitch  
your idea





*"La multidisciplinariedad enriquece"*

“



# CONCLUSIONS

14.10.20

START

28.10.20

11.11.20

25.11.20

CREATIVITAT

OPORTUNITATS

IDEACIÓ

PROTOTIPAR







*That's all Folks!*

# DIANA PINOS

[hola@dianapinos.com](mailto:hola@dianapinos.com)

[es.linkedin.com/in/dianapinos/](https://es.linkedin.com/in/dianapinos/)

[@dianapinosc](#)  
[@creativikit](#)

[www.dianapinos.com](http://www.dianapinos.com)



**¡GRÀCIES!**