

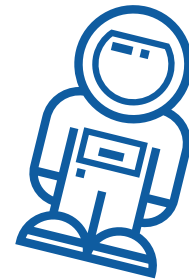
iTOOLS

Este manual no es una guía de reglas, políticas ni lineamientos. Es un manual de vida, de la creación de ideas disruptivas. Trabajamos de forma inusual; fuera de nuestra zona de confort.

Las herramientas contenidas aquí serán tu guía para el desarrollo de tu startup. Utilízalas las veces que creas necesarias y más, ya que la repetición te hará dominarlas y conectar puntos que posiblemente antes no veías.

Aunque los objetivos de este manual son importantes, realmente son tus ideas, talento y energía los que mantienen a iLab.

Somos una locura que se contagia.
Cuestionamos y cambiamos el mundo.
Cada persona en este planeta sabe qué hace.
Algunos saben cómo lo hacen.
Y muy pocos saben por qué lo hacen.
Y tú, estás a unas páginas de saberlo...



© 2018 by iLab. Todos los derechos reservados. Confidencial
Prohibida su reproducción total o parcial con fines de lucro.
iTools exclusivas para uso dentro del ThinkCamp.



Problemática: ¿Cuáles son las etapas en la que se presenta la situación que estás analizando?



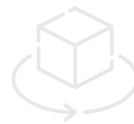
Declaración: Formula una pregunta que te ayude a replantear la situación observada de una manera que puedas entenderla en otro contexto para empezar a listar posibles causas Ej. Situación : derrame de químicos en el océano.
Nueva formulación : ¿Que elementos del ambiente permiten una balance de químicos X/Y?



Causas: Enlista las posibles causas del problema



Efectos indeseados:
Enlista los efectos indeseados del problema en orden de importancia



Espacio y tiempo:
¿En qué lugar y momento ocurre el problema?



Actores clave: ¿Quiénes participan en el problema, en relación a sus causas y efectos?



Testimonios: ¿Qué dicen los personajes relacionados directamente con el problema?
Cita 3 testimonios



TENDENCIAS

Y ESCENARIOS

Objetivos:

1. Proporcionar las herramientas necesarias para adquirir la capacidad de realizar proyecciones de escenarios identificando tendencias y comportamientos en la industria, tecnología y consumo.
2. Aplicar elementos aprendidos en prospectiva, para la definición de los problemas potenciales a resolver.
3. Generar una línea de tiempo visual en la cual se de respuesta a las principales interrogantes de los casos revisados, respondiendo a cuestionamientos críticos que suceden en un tiempo, presente y futuro.

Resultados:

1. Mapeo de 3 potenciales tendencias a seguir y sus causas de raíz, analizando su ecosistema para así poder predecir comportamientos y necesidades de usuarios a largo plazo.
2. Identificar dentro de esas tendencias, sobre cuál se tiene un área de interés y desarrollar la investigación.

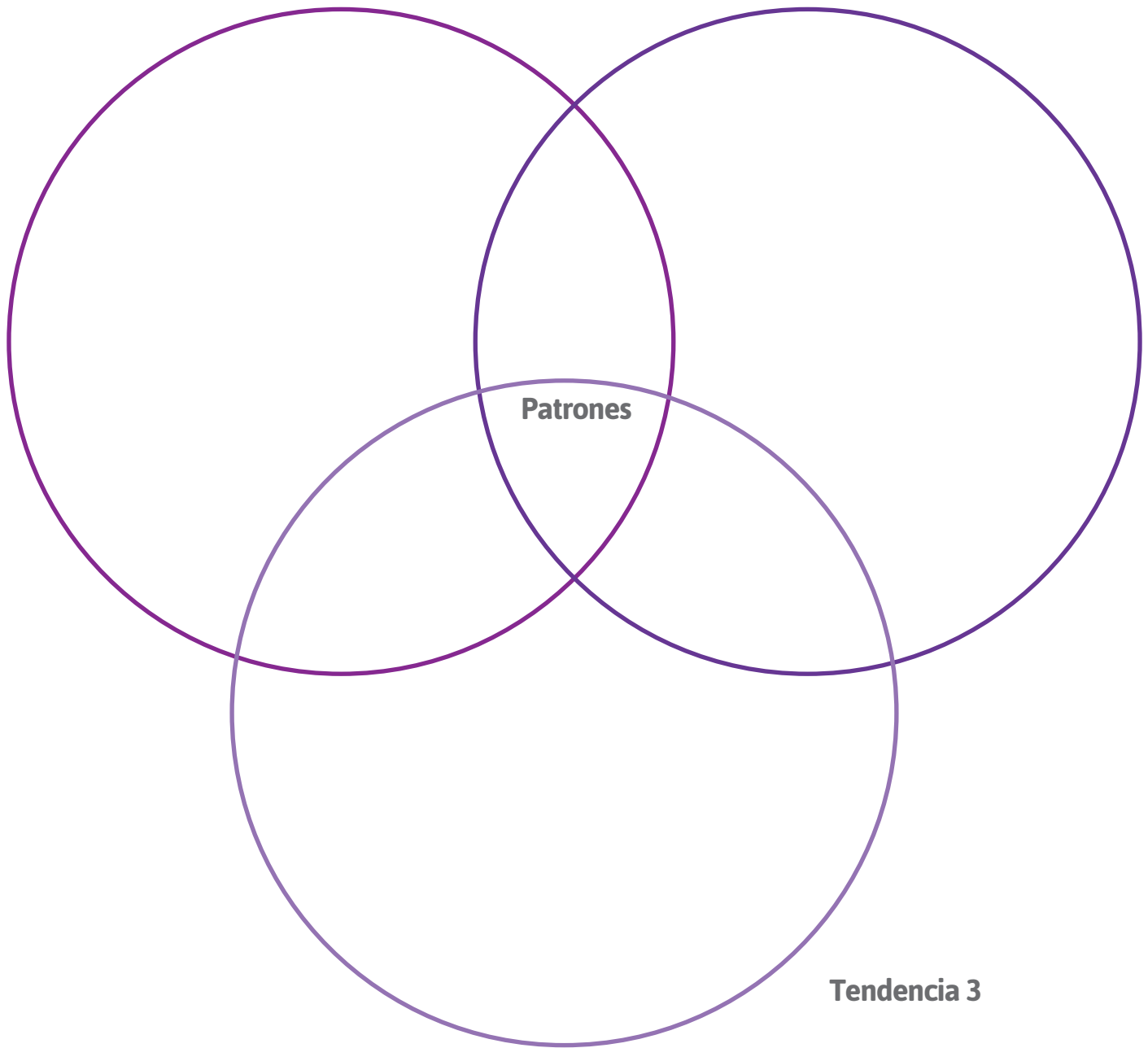
iTOOLS

- Mapa de tendencias
- Componentes de tendencias
- Trend Canvas
- Creacion de Escenarios



Tendencia 1

Tendencia 2

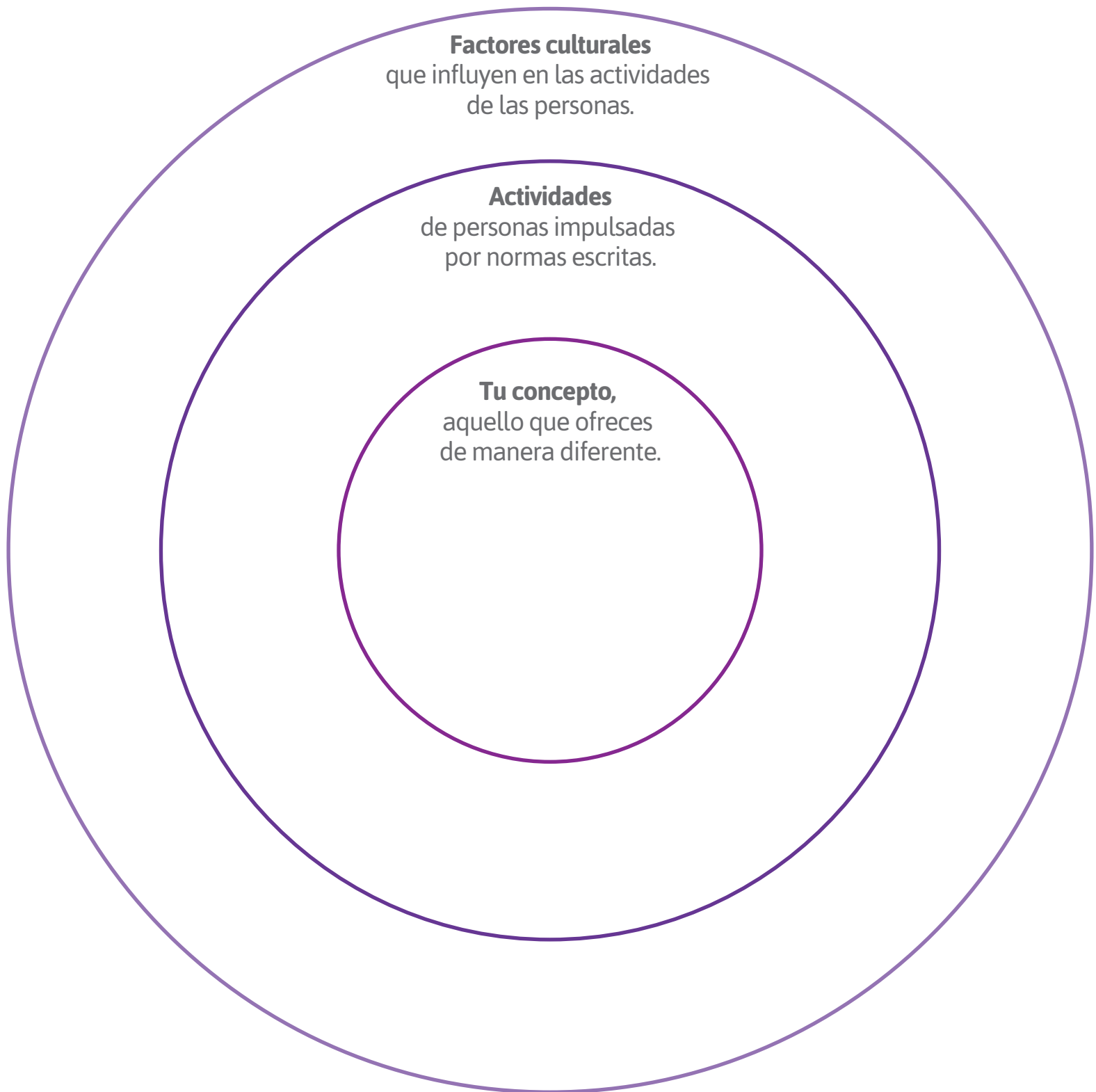


Algunas preguntas que nos pueden ayudar a encontrar la innovacion.

- ¿Sabemos dónde encontraremos los conocimientos técnicos para resolver el problema que se presenta en 3 meses?
- ¿Hay evidencia de un mercado para una solución potencial para el problema?
- ¿Será sostenible?

Tus primeras búsquedas indicaban que...

Necesidades Básicas	Causantes del cambio		Potencial de Innovación		
<p>¿Qué necesidades y deseos profundos del consumidor satisface esta tendencia?</p> <p>Ejemplos: Estatus social, Superación personal, Entretenimiento, Emoción, Conexión Seguridad, Identidad, Pertinencia Interacción social, Creatividad Justicia, Honestidad, Libertad Reconocimiento, Sencillez Transparencia</p>	<p>¿Por qué emerge ahora esta tendencia? ¿Qué está cambiando?</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="545 457 837 1119">Cambios basados a largo plazo:</td> <td data-bbox="837 457 1130 1119">Detonantes del cambio:</td> </tr> </table>		Cambios basados a largo plazo:	Detonantes del cambio:	<p>¿Cómo y dónde se podría aplicar esta tendencia en el proyecto? ¿Cómo serán los cambios más profundos?</p> <p>Apoyándote en la tendencia que tomaste en cuenta:</p> <p>¿La visión a largo plazo de la empresa?</p> <p>* Modelo de negocio: ¿Se puede aplicar esta tendencia a lanzar un nuevo todo empresa o marca de negocios?</p> <p>* Producto / Servicio / Experiencia: ¿Qué nuevos productos y servicios podrías crear a la luz de esto?</p> <p>¿Tendencia? ¿Cómo adaptarás tus productos y servicios actuales?</p> <div data-bbox="1130 909 1565 1119" style="background-color: #f0f0f0; padding: 10px;"> <p>Tu innovación:</p> </div>
Cambios basados a largo plazo:	Detonantes del cambio:				
Expectativas de Consumo Emergentes	Inspiración		¿Para quién?		
<p>¿Qué nuevas necesidades, deseos y expectativas de los consumidores se crean con los cambios identificados anteriormente?</p> <p>Las tendencias de los consumidores surgen cuando aumentan las necesidades humanas básicas contra el cambio externo para crear (o desbloquear) nuevas necesidades, deseos y deseos. Y la identificación de estas necesidades y deseos no satisfechos es el santo grial de la comprensión de las tendencias, ya que le brindará oportunidades de innovación convincentes. Para identificar necesidades, deseos y deseos emergentes, busque las brechas de expectativas entre lo que los consumidores quieren y lo que tienen actualmente.</p>	<p>Un consejo: presta mucha atención a otras industrias. Los consumidores no piensan en los silos de la industria. Las nuevas expectativas de calidad o servicio generalmente se establecerán fuera de su industria, pero no permanecerán allí por mucho tiempo.</p>		<p>¿Cuáles (nuevos) grupos de clientes podrían aplicar esta tendencia?</p> <p>¿Cómo están otras empresas aplicando esta tendencia? ¿Cambiar? Intenta pensar más allá de los que actualmente viven la tendencia. De hecho, pensar en los cambios que tendría que hacer para que esta tendencia sea relevante para otros. Pensar en (nuevas) características demográficas es una excelente manera de generar nuevas innovaciones</p>		



LABORATORIO

DE INVESTIGACIÓN

Objetivos:

1. Elaborar un flujo de procesos argumentado, coherente y ordenado, que permita presentar de manera clara y eficaz una potencial problemática.
2. Desarrollar habilidades lean para búsqueda de información, manejo de bancos de referencias, y minería de datos enfocados a la resolución de problemas.
3. Conocimiento de herramientas y métodos que optimicen los procesos de búsqueda de información.

Resultados:

1. Base de datos
2. Matriz de competidores para 3 potenciales problemáticas potenciales.
3. Análisis del ecosistema del problema y sus fuentes de información
4. Generación de hipótesis de situaciones para iniciar con formulación de problemática
5. Causas y consecuencias de situaciones observadas
6. Brief de objetivos

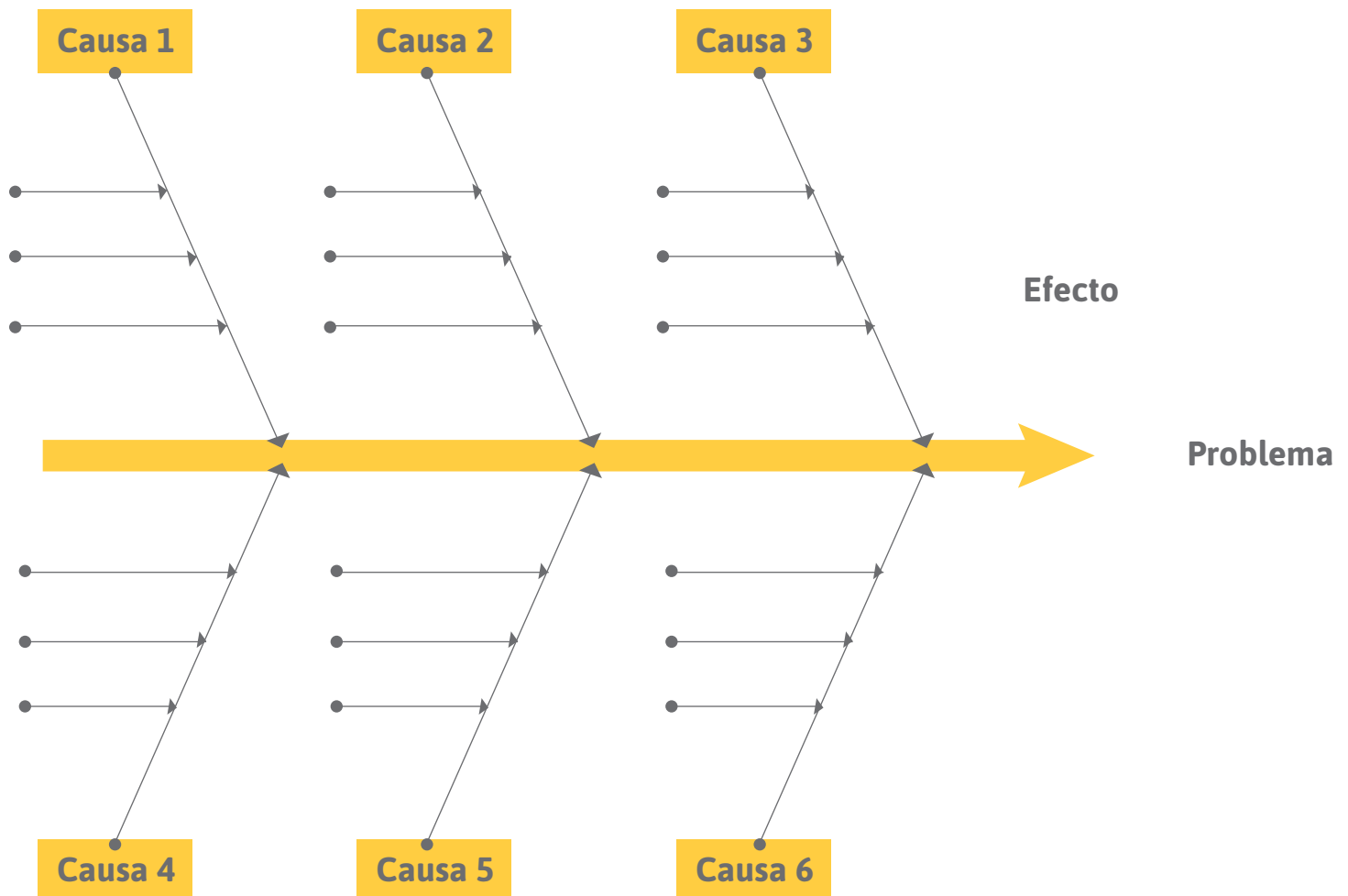
iTOOLS

- Diagrama de Ishikawa
- Componentes de preguntas poderosas
- Creación de preguntas
- Insights clustering
- Mapa del contexto
- Bitácora de investigación
- Cronograma del proyecto
- Modelo inicial de investigación
- Análisis completo del ecosistema
- Brief de investigación

Ayuda a representar y analizar los elementos y las causas de un problema, mediante un diagrama parecido a una espina de pescado. Para ello se identifican las variables que pueden ser causantes de un problema, lo que permite identificar qué debe suceder con esas variables para que el problema se genere.

Reglas:

- Desagregar cada causa con un grado mayor.
- Analizar las causas relevantes.
- Se vale replantear el problema propuesto con base en la información vertida.



Interrogantes

Incluye una interrogante como: qué, quiénes, cómo, etc.

E.g Tema: Agua

Pregunta típica:

¿La escasez de agua es un problema?

Construcción de pregunta:

¿Cuáles son las implicaciones de la falta de agua en.....?

Longitud de la pregunta

Las preguntas deben clarificar la progresión de lo que se desea indagar y sobre todo debe de ser realista a las necesidades.

E.g Tema: Agua

¿Cómo hacemos para que el agua llegue a la localidad de?

¿Cómo hacer para que el agua llegue a toda la zona de difícil acceso?

¿Cómo hacer para que haya agua para todas las personas?

Proyecciones

Las preguntas generalmente incluyen supuestos o presunciones explícitas o implícitas

E.g Tema: Agua

¿De qué depende la falta de agua?

Interrogantes

Longitud de la pregunta

Proyecciones

Reto de diseño:

Tema:

Intuición / insight:

- 1) _____

- 2) _____

- 3) _____

Tema:

Intuición / insight:

- 1) _____

- 2) _____

- 3) _____

Tema:

Intuición / insight:

- 1) _____

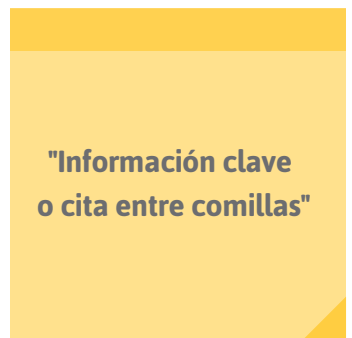
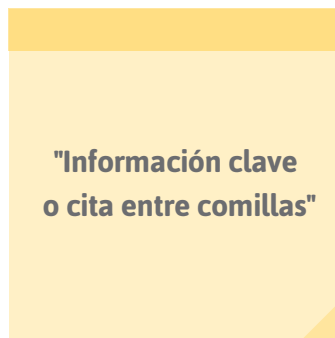
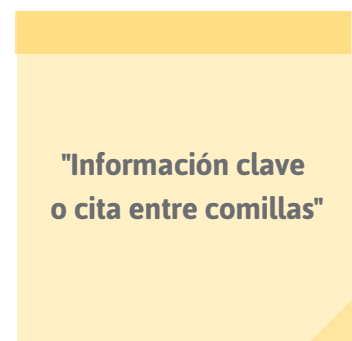
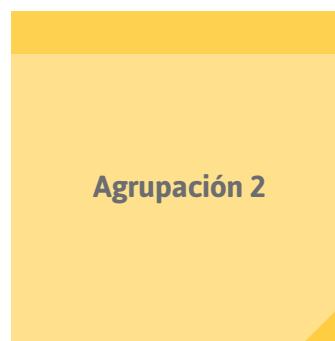
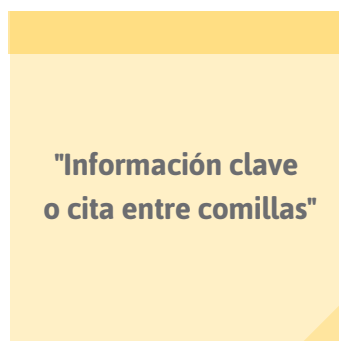
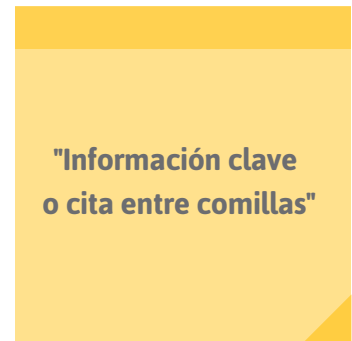
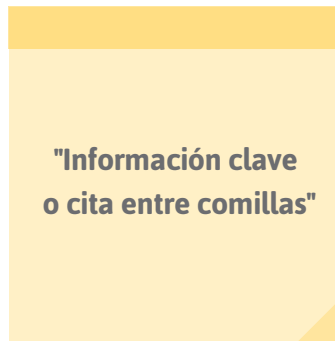
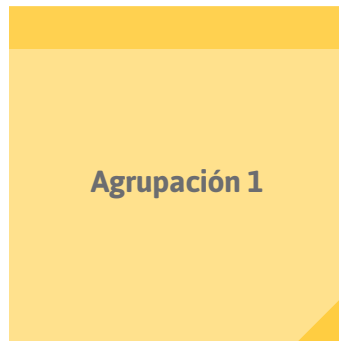
- 2) _____

- 3) _____

Es una mezcla de dos técnicas, que ayudan a organizar y sustentar una hipótesis. Para ello pueden colocar en la cara frontal de un post-it una hipótesis y debajo de ésta información que la sustente.

Reglas:

- Una hipótesis por post-it.
- La información que se coloque debe ser breve, es decir, lo más relevante (Máximo 2 líneas).
- Debe colocarse la fuente de donde se obtuvo para una referencia posterior.



Ayuda a definir el contexto de un problema, mediante la elección de los aspectos relevantes como son: tendencias, factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales e incertidumbres.

Reglas:

- Desplegar un papel bond, sobre el cual se colocaran los post-its características relacionadas con cada aspecto.
- Definir un espacio para incertidumbres donde irán las dudas que se tengan o se requieran resolver.

Aspecto 1	Aspecto 2	Aspecto 3	Aspecto 4
Aspecto	Aspecto	Aspecto	Aspecto

LABORATORIO DE PROBLEMAS

Objetivos:

1. Conocer las herramientas que faciliten la toma de decisiones para la identificación de un problema de negocio.
2. Identificar de 3 a 7 problemas de Negocio y someterlos a una prueba de eliminación para finalmente quedarse con los 3 mejores y conocer la justificación del porque se eligió cada uno de ellos.
3. Redactar 3 problemas en oraciones simples, a partir de las hipótesis, causas y consecuencias generadas en Lab. de Investigación
4. Identificar la importancia de generar preguntas adecuadas a problemas reales
5. Reconocer los problemas y sus características
6. Valorar los elementos clave para plantear un problema
7. Emplear herramientas para la formulación de problemas

Resultados:

1. Identificar la diferencia entre causa y efecto del problema
2. Generar la estructura de un problema en un enunciado
3. Validar la viabilidad de un problema a través de las herramientas utilizadas

TOOLS

- Planteamiento del problema
- Brainstorming
- Phillips 6/6
- Lotus Blossom
- Problem Statement Sketch
- Checklist
- Impact Gaps Canvas

Idea Mapping

Fecha:

Tema

**Quién:
El/La**

Posible cliente - segmento:

**Qué:
Experimenta
el problema de**

Tarea - necesidad:

**Situación
Mientras**

Contexto - Situación:

**Por qué
1:
Sería
deseable**

Beneficio cliente:

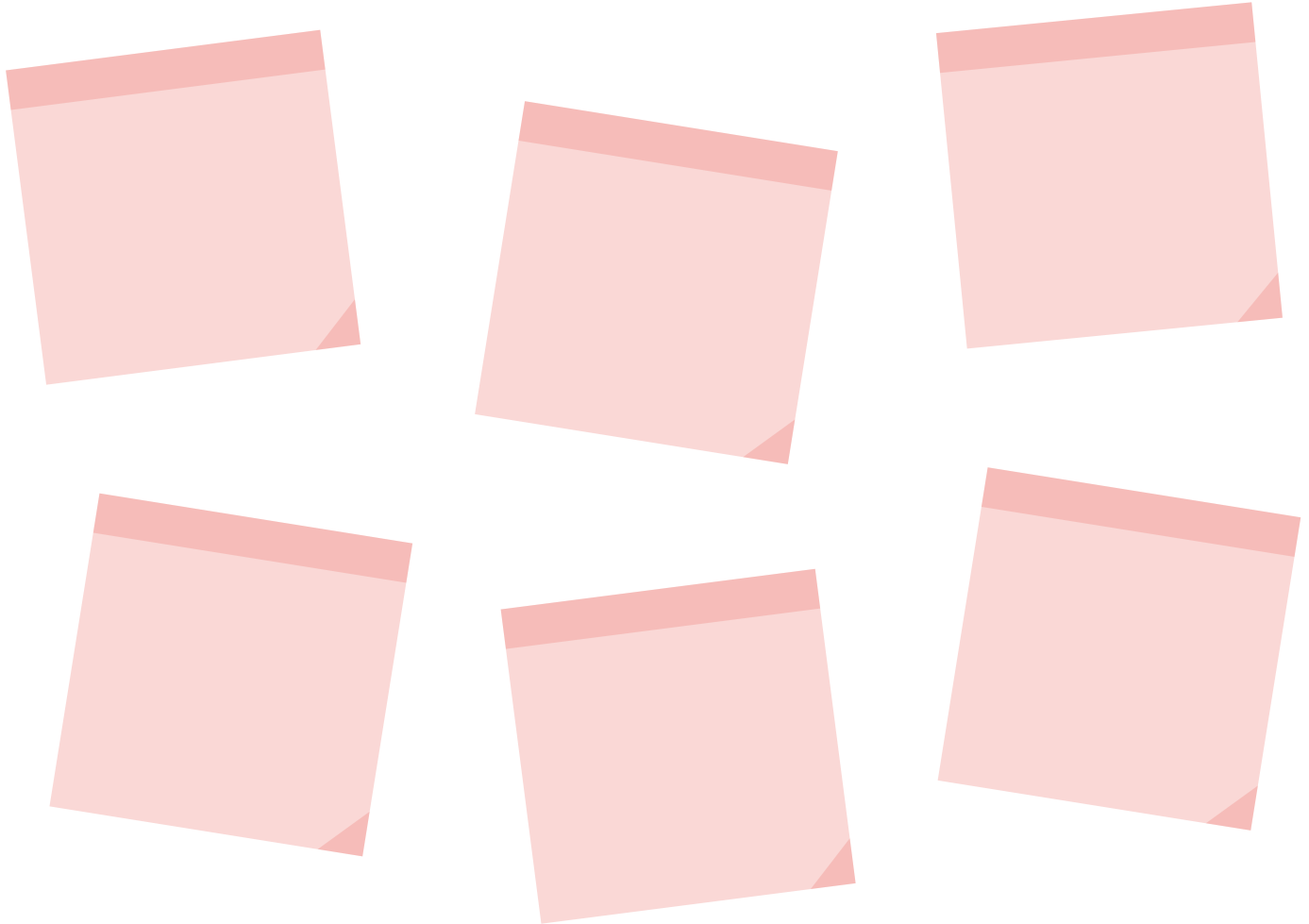
**Por qué
#2:
Y así**

Valor para el proyecto:

Seis cabezas piensan mejor que una, por lo que vale la pena armar grupos de máximo 6 personas con el fin de plantear la mayor cantidad de ideas.

Reglas:

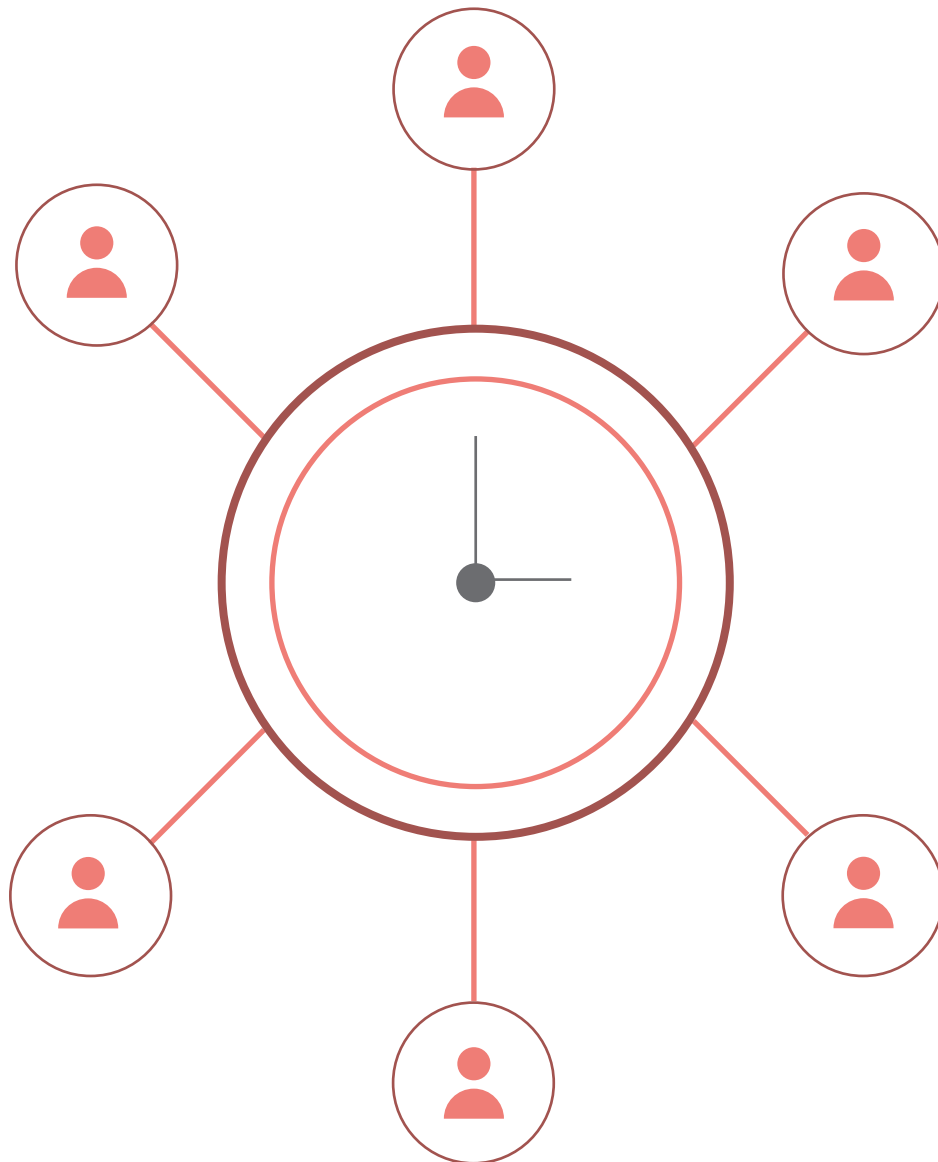
- Colocar una idea por post-it.
- Todas las ideas son bien recibidas, por absurdas que estas parezcan.
- Plantear muchas ideas.
- No juzgar.



Esta técnica, creada por J. Donald Phillips, consiste en crear grupos de 6 personas que se tomarán 6 minutos para debatir por cada punto a tratar de un tema en concreto.

Reglas:

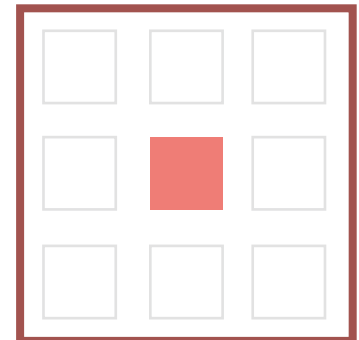
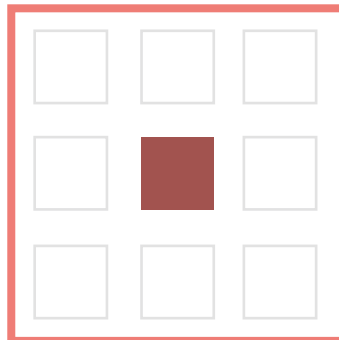
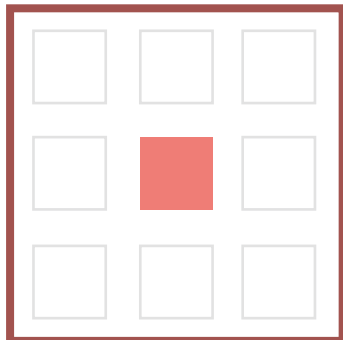
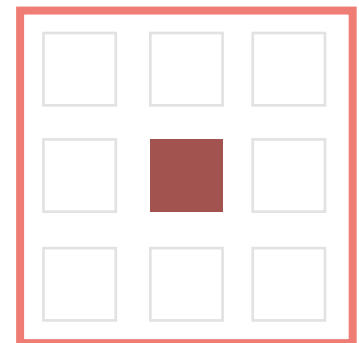
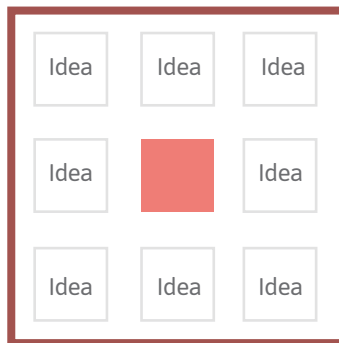
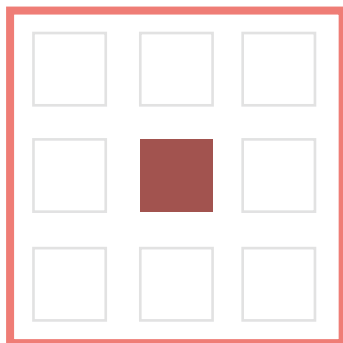
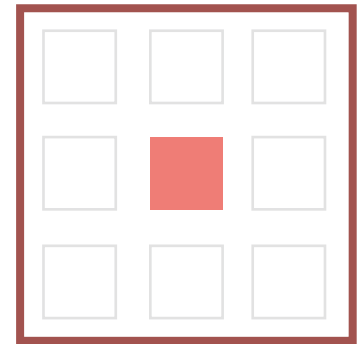
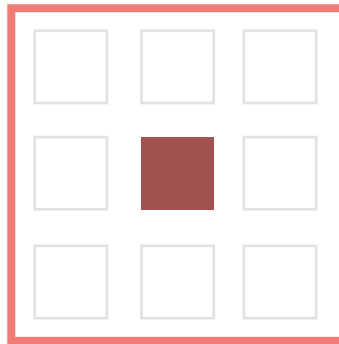
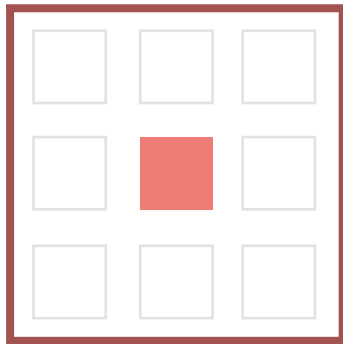
- Sólo pueden 6 personas.
- Cada participante cuenta con 6 minutos para debatir sus puntos. Terminado su tiempo tomará su turno la siguiente persona.



Es una herramienta analítica que proporciona un medio visual para registrar la relación entre un concepto central (problema) y los subconceptos asociados.

Reglas:

- Escribir el problema en el centro del diagrama.
- Alrededor se colocan ideas o aplicaciones relacionadas.
- Pensar en ocho nuevas ideas que impliquen el nuevo tema central.
- Evalúa las ideas.
- Las ideas se colocan por separado en un diagrama similar al anterior.



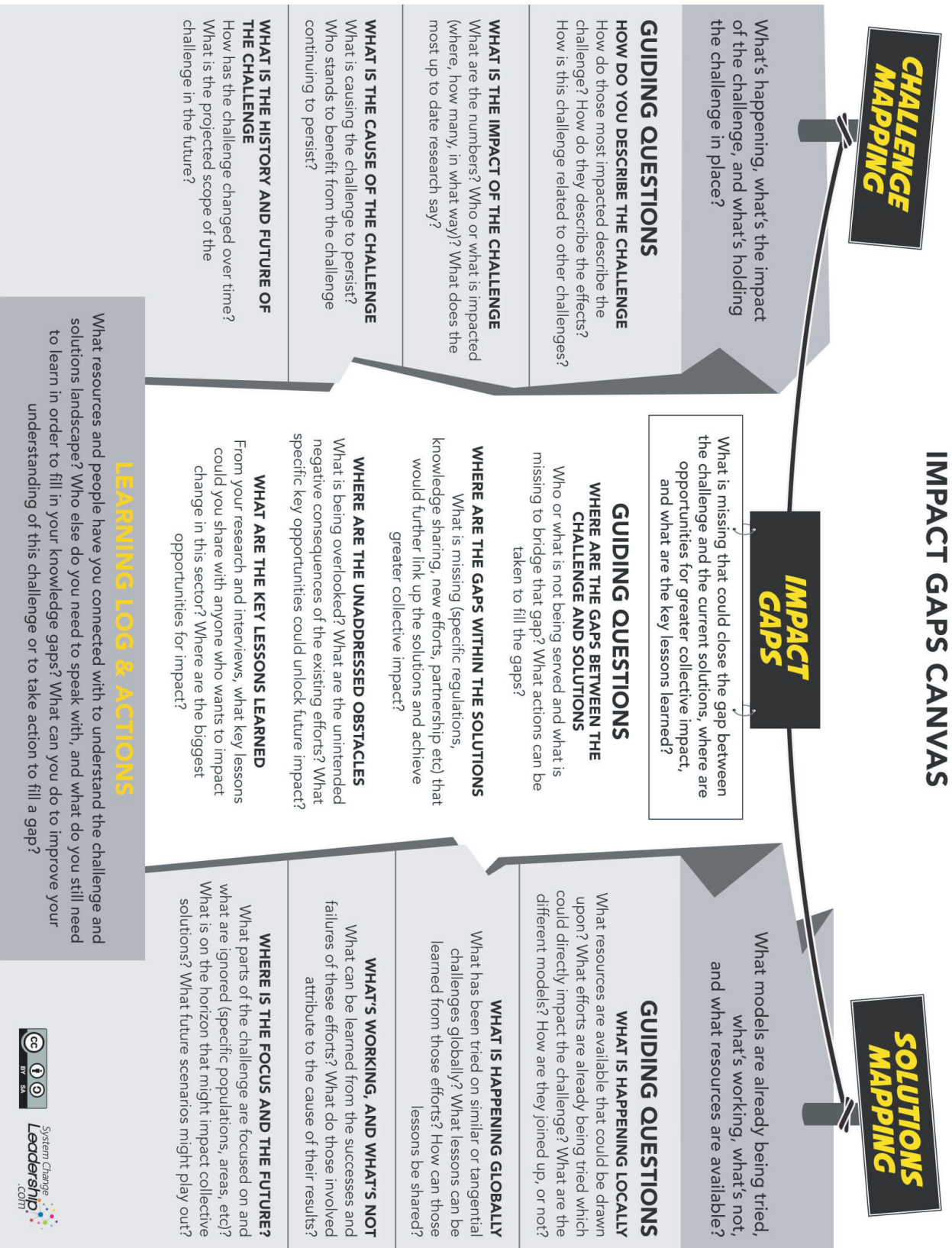
Contexto Cultural		El Problema			
¿Cuál es el contexto?	¿Cuál es el fondo del problema?	¿Cuál es el problema?	¿Por qué es un problema?	¿Cómo me siento sobre el problema?	¿Cómo se sienten los otros?
¿Quiénes están involucrados?	¿Cómo me reconozco en la historia?	Indagación			
		¿Qué necesito saber?	¿Qué necesito observar?	¿Cómo debo documentar mis hallazgos?	
¿Por qué es un problema?		¿Qué preguntas tengo?	¿Qué preguntas necesito hacer?		

Formula el problema y verifica si tiene los componentes necesarios. Una vez que se tengan todos los sí, pasa a la siguiente tabla.

Se ha determinado	No	En proceso	Si

Para confirmar que no se haya ido ningún componente en el planteamiento, responde las preguntas y analiza si son verificables o comprobables. Una vez concluido, vuelve a redactar el problema. ¿Hubo cambios en comparación a la formulación inicial? ¿Qué componente no habías considerado en un principio?

Preguntas a formular	Datos
¿Quién es el afectado?	
¿Cuál es el efecto o situación?	
¿En qué momento ocurre?	
¿Dónde ocurre?	
¿Con qué frecuencia ocurre?	
¿Cuál es la magnitud del impacto?	



ASIMILACIÓN

Objetivos:

1. Durante el proceso de asimilación los participantes conocerán las causas y consecuencias de los GGCh.
2. Al finalizar el proceso de asimilación los participantes serán capaces de identificar la conexión entre los distintos casos (GGCh) con causas y consecuencias entendiendo que al solucionar una parte de alguno de los retos globales impactarán a otro (para solucionar uno de los grandes problemas son necesarias múltiples acciones) todo esto con ayuda de la comprensión de las herramientas y la Identificación de las necesidades del usuario para realizar propuestas de soluciones.

Resultados:

1. Comprensión de los problemas como una interconexión de puntos.
2. Dominio de las herramientas como un conjunto para la asimilación de los contenidos.
3. Identificación de áreas de oportunidad para la solución de un problema.
4. Presentación de las áreas de oportunidad de forma efectiva.

iTOOLS

- Búsqueda del problema
- Entendiendo el problema
- Directorio de validaciones
- Directorio de expertos

Retoma:

- Componentes de las preguntas poderosas
- Diagrama de Ishikawa
- Lotus Blossom

Instrucciones:

1. Elige un tema y colócalo en el recuadro "TEMA".
2. Continúa con la secuencia de las lienas hasta llegar al bloque "Estudia el problema".
3. GAP - Deberás identificar tantas causas y consecuencias sea posible dentro del bloque GAP.
4. Una vez que ya no encuentrés más puntos de reflexión pasa al bloque 3.

Pasos:

1. ¿Por qué pasa el problema?
2. ¿Por qué afecta?
3. ¿Qué daños provoca / causa?
4. ¿Qué otro factor podría afectar?

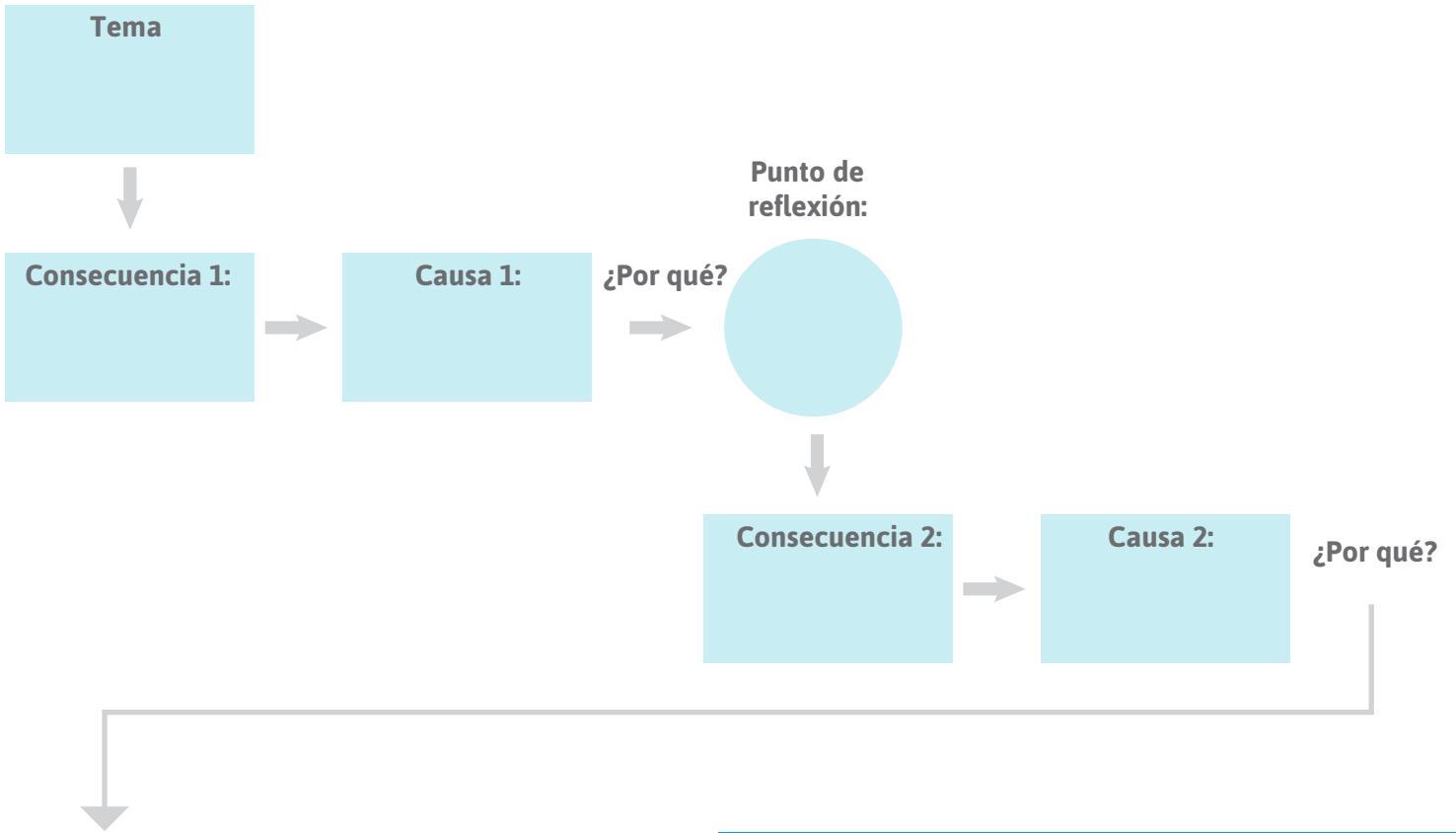
Tips:

Causa: Motivo o razón

Consecuencia: Resultado o efecto de la causa

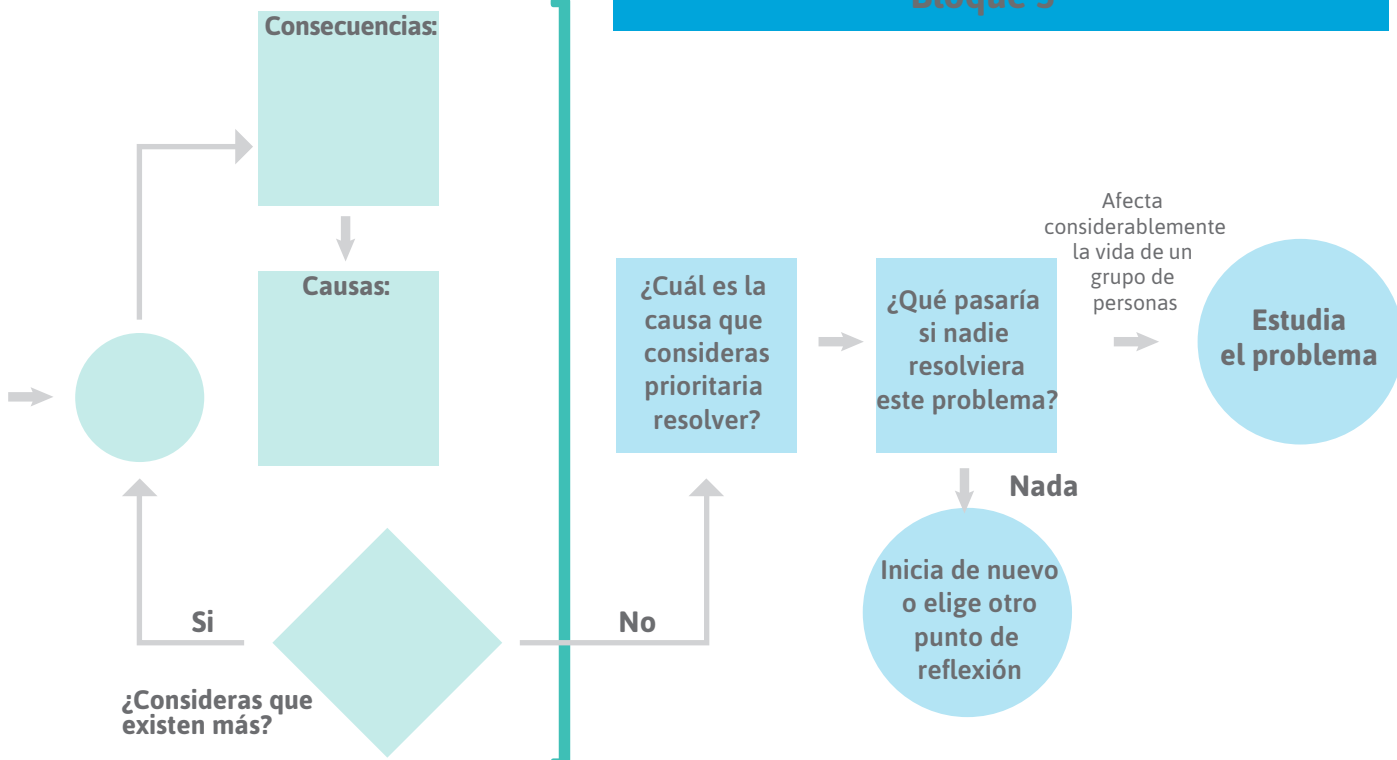
Punto de reflexión: Punto de análisis o generación de conclusiones.

Bloque 1



Bloque 3

Bloque 2



Instrucciones:

1. De la herramienta "Búsqueda del problema", retoma aquella causa/problema que decidiste seguir estudiando.

Paso 2: De la causa/problema seleccionado explora cuales son las condiciones alrededor del problema y sus consecuencias.

Tips:

En el Spidermap 2 encontrarás "Zonas de Insight", donde deberás realizar las conexiones de datos necesarias que te permitan encontrar áreas de oportunidad.

