



**LABORATORIO DE
INNOVACIÓN SOCIAL**



Taller Laboratorio de Innovación Social

LABORATORIO DE INNOVACIÓN



Formación del equipo
alentando la **diversidad**.



La **frontera estratégica**.
Actitud del **explorador**.



2 instancias:
interna y externa.



Concurso donde las ideas
serán evaluadas.



Experimentación, validación y
comunicación de la propuesta.



Ideación individual y en
equipo.



Formación del equipo

- Test de tipologías de las personalidades de Jung-Myer-Briggs.
- Asignación de roles basada en fortalezas y habilidades.
- Acuerdos para el trabajo en equipo y la toma de decisiones.

1

FORMACIÓN DEL EQUIPO



En esta etapa se usa el test de tipologías de la personalidad de Jung-Myers-Briggs para conocer a cada miembro del equipo. El objetivo principal será formar equipos de alto desempeño y con mucho potencial innovador. Para lograrlo, vamos a alentar la diversidad y complementariedad al máximo, al mismo tiempo que cada miembro pueda hacer uso al de sus fortalezas y habilidades.

INTEGRANTES

Nombre, título

MBTI

Si aplica

ROLES

¿Quién será el líder? ¿hay especialistas?
¿Responsables de algún aspecto específico?

ACUERDOS

¿Qué necesitamos para trabajar juntos? ¿reuniones, horarios?
¿cómo tomamos decisiones?

FORTALEZAS

¿En qué somos buenos y nos sentimos cómodos?

ÁREAS A MEJORAR

¿En qué necesitamos mejorar?
¿es necesario algún entrenamiento?





Elección de la **frontera estratégica**

Cada equipo decidirá el dominio en el que desea innovar y el rumbo de la investigación (medio ambiente, Inclusión, Inseguridad, etc.)

Además, se adopta la actitud del **explorador**.

2

ORIENTACIÓN



En esta etapa adoptamos la actitud de "exploradores" y tomamos la decisión de hacia dónde vamos a explorar. ¿Listos para zarpar?

¿HACIA DÓNDE NO VAMOS?

¿HACIA DÓNDE VAMOS
A EXPLORAR?





- **Instancia externa:** observación contextualizada, vivenciar el problema, hablar con expertos, recopilar información de fuentes secundarias, etc.
- **Instancia interna:** desarrollo de la empatía y el entendimiento holístico de la problemática.

HOJA DE INVESTIGACIÓN



HIPÓTESIS

¿Qué quiero averiguar? ¿cuáles son mis dudas?



OBJETIVOS

¿A quién voy a preguntarle?
¿cómo voy a convocar a la gente?



¿QUÉ APRENDIMOS?

¿Qué preguntas respondí? ¿estaba equivocado en alguna de mis suposiciones? ¿qué me sorprendió?



METODOLOGÍA

¿Haremos entrevistas? ¿cuestionarios?
¿experimentos? ¿observaciones?



RECURSOS

¿Lugar? ¿compensación?
¿elementos de trabajo?



PLAN

¿Qué hace que? ¿cuándo?



REPORTE

Conclusiones de la investigación



DISEÑO DE LA PERSONA



FICHA PERSONAL

NOMBRE

EDAD

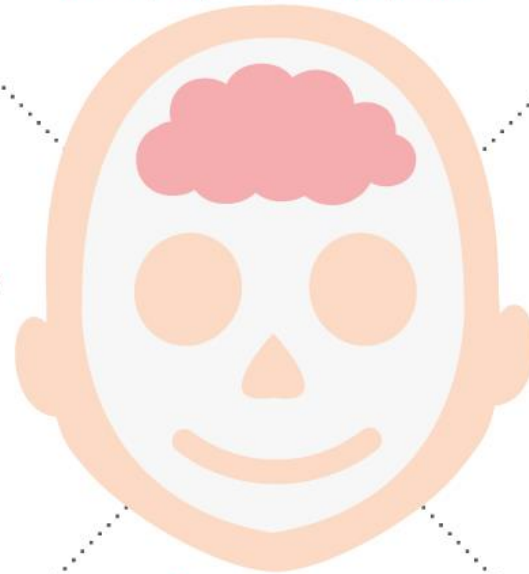
FRASE DESCRIPTIVA

FOTO O DIBUJO
DE LA PERSONA

¿QUÉ PIENSA?

Qué le importa, preocupaciones y aspiraciones

¿QUÉ ESCUCHA?
Qué dicen sus amigos, sus superiores
e influencias.



¿QUÉ VE?

Entorno, amigos, lo que ofrece el mercado.

¿QUÉ DICE Y HACE?

Actitud en público, apariencia
y comportamiento con otras personas.

PROBLEMAS

Miedos, frustraciones y obstáculos.

OBJETIVOS

Lo que quiere/necesita y sus acciones al respecto.






3

INVESTIGACIÓN



En esta etapa exploramos la frontera estratégica mediante el empleo de distintas técnicas de investigación (observación del problema, hablando con expertos, recopilando noticias del periódico, etc.) y desarrollamos el sentido de la empatía sobre el individuo o grupo que padece el problema.

CONTAR UNA HISTORIA

 PERSONA	¿Quiénes son los protagonistas?																			
 OTROS	¿Quiénes los actores secundarios?																			
 LUGARES	¿Dónde transcurre la historia?																			
 ACTIVIDADES	¿Qué sucede? ¿qué hacen los personajes?																			
 VE Y ESCUCHA	¿Qué piensan? ¿Cómo se sienten al respecto?																			



8

10

12

14

16

18

20

22

00





Dos instancias: **la ideación individual y en equipo.**
Se emplearán un conjunto de técnicas para favorecer la creatividad y la sinergia dentro. Al finalizar esta etapa, cada equipo contará con la idea con mayor potencial innovador.

¡QUE SURJAN LAS IDEAS!



**LABORATORIO DE
INNOVACIÓN SOCIAL**

4

CREATIVA



Se hace un listado de las ideas surgidas dentro del equipo y se elige mediante una votación la que tiene mayor "potencial innovador". Cada integrante del equipo debe elegir la puntuación antes de compartir su decisión con el resto del equipo para evitar cualquier tipo de sesgo o influencia externa.



La ponderación es de 1-5 y los datos sólo se comparten y discuten luego de que cada miembro del equipo ha completado la actividad de priorización.

SELECCIÓN DE IDEAS

IDEAS	NUEVO <small>¿Es nuevo? ¿es distinto? ¿es novedoso al menos en Córdoba?</small>	ÚTIL <small>¿Es útil? ¿cambia la realidad de alguien? ¿muchos? ¿pocos? ¿salva una vida?</small>	FACTIBILIDAD <small>¿Se puede implementar? ¿es barato? ¿es legal? ¿técnicamente posible?</small>	PODER APAMPLIFICADOR <small>¿Tiene el potencial de ser imitado? ¿genera viralidad?</small>
	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○
	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○





Esta etapa incluye:

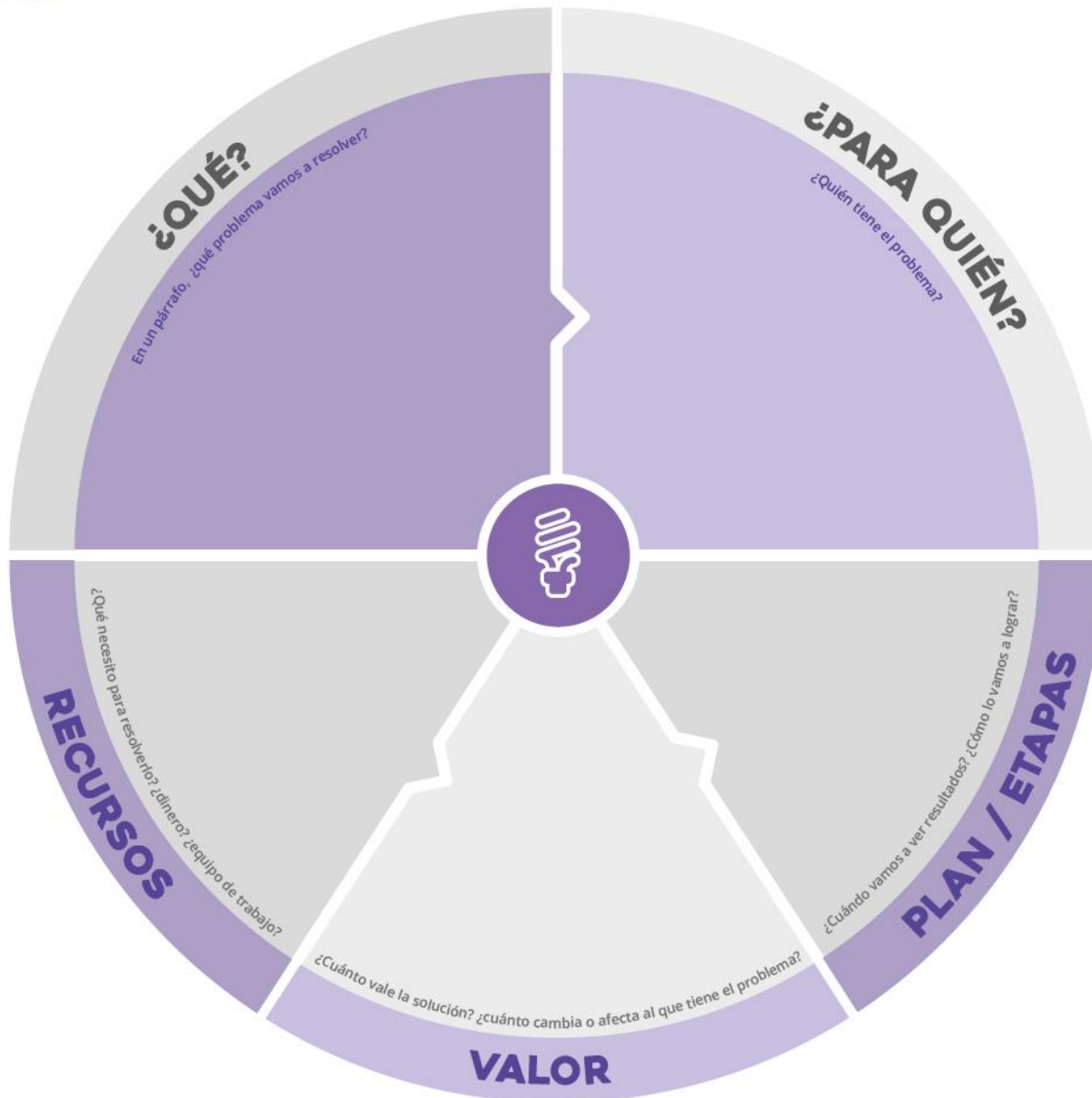
- Experimentación.
- Validación.
- Comunicación de la propuesta.

5

DESARROLLO DE LA IDEA



Esta etapa incluye la experimentación y el protocolo (o puesta en marcha de una prueba piloto) de la idea más votada. Es, probablemente, la etapa en la que más vamos a aprender ya que vamos a tener la posibilidad de influir por primera vez sobre el problema e interactuar con sus protagonistas.



ÉXITO/APRENDIZAJE/HIPÓTESIS

¿Qué vamos a aprender?





Los equipos participarán de un concurso donde las ideas serán evaluadas de acuerdo a su potencial de innovación, factibilidad, sostenibilidad e impacto social.

REFERENCIAS Y PUNTAJES



1 punto
Poco



5 puntos
Mucho



GRADO DE DISRUPCIÓN

- ¿Es nuevo?
- ¿Es distinto?
- ¿Es novedoso al menos en Córdoba?

IMPACTO

- ¿Es útil?
- ¿Cambia la realidad de alguien?
- ¿Muchos, pocos?
- ¿Salva una vida?

FACTIBILIDAD

- ¿Se puede implementar?
- ¿Es barato?
- ¿Es legal?
- ¿Técnicamente posible?

PODER AMPLIFICADOR

- ¿Tiene el potencial de ser imitado?
- ¿Genera viralidad?

CALIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS

IDEAS ↓ CRITERIOS →

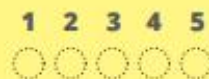
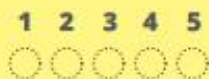
GRADO DE DISRUPCIÓN

IMPACTO

FACTIBILIDAD

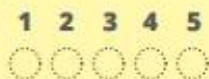
PODER AMPLIFICADOR

PUNTAJE



.....

.....



.....

.....





**LABORATORIO DE
INNOVACIÓN SOCIAL**

El equipo

Patricio Maller

Patricio holds a computer science degree and a Master of Science in computer sciences (2000) with focus on human-computer interaction. He was a Fulbright Scholar at The University of Alabama between 1998 and 2000, completing research on the application of socio-cognitive theories to the acceptance of IT technology. Patricio is a UX leader at Intel Security, working since 2006 at the Argentina Software Design Center (ASDC). Patricio also worked at Motorola, and the educational initiative educ.ar, leading a complete redesign.

Patricio has authored many articles related to processes Agile and UX, and is currently a researcher at the Aeronautic University Institute.



Pablo Piccolotto

Pablo leads the Research team at Intel -a team in charge of designing and executing all kinds of studies and experiments to create amazing experiences from the inside out-. Besides, he is member of Intel's Intellectual Property committee and he has authored 6 patents in the name of Intel. He has been working in the Argentina Software Design Center (ASDC) since 2008 and he has +10 years of full time professional work experience in the Software Industry.

He graduated with honors earning his Software Engineering degree at the early age of 22 with the best Grade Point Average (GPA) of the Province of Córdoba, Argentina (9.53 out of 10). He holds an M.B.A., a graduate degree in Engineering Management, a graduate degree in Management of New Technologies from Ajou University (South Korea) and he is currently pursuing a Doctorate.

In addition to his career at Intel, Pablo is a graduate professor of Innovation and part-time researcher (R&D).

