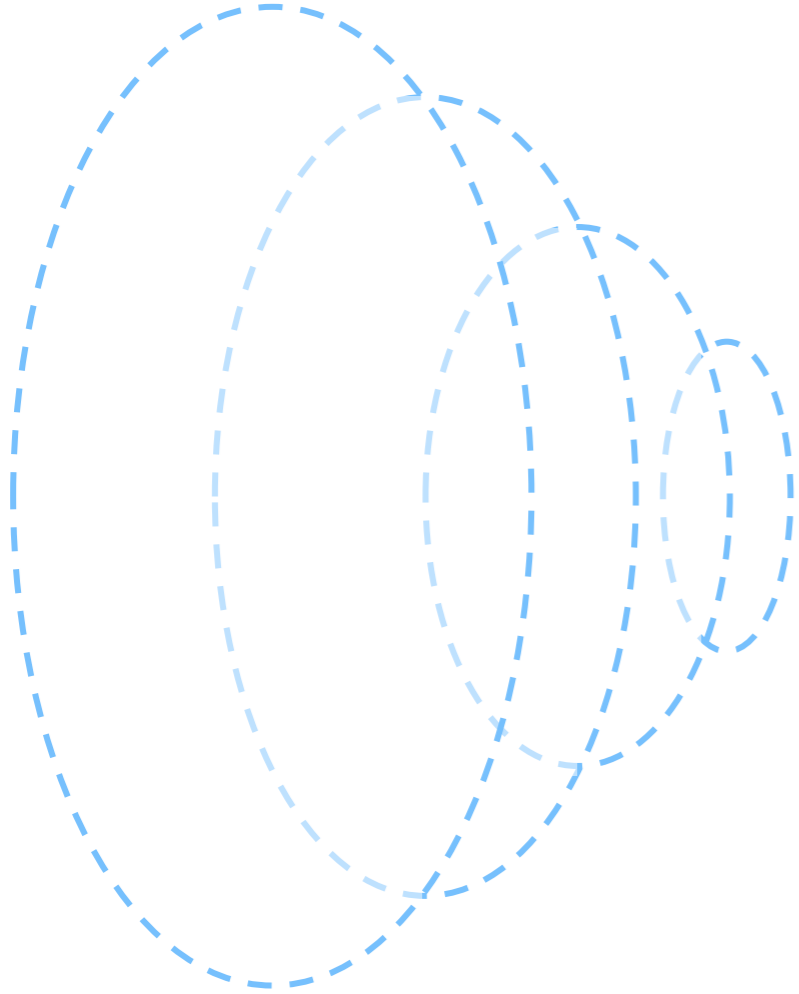


METODOLOGÍAS  
**ÁGILES**



## Metodologías ágiles = Velocidad

*Las startups que triunfan son aquellas que iteran las veces suficientes antes de quedarse sin recursos. Eric Ries. (o sin ganas)*

Nos vamos acercando a la solución mediante ciclos cortos

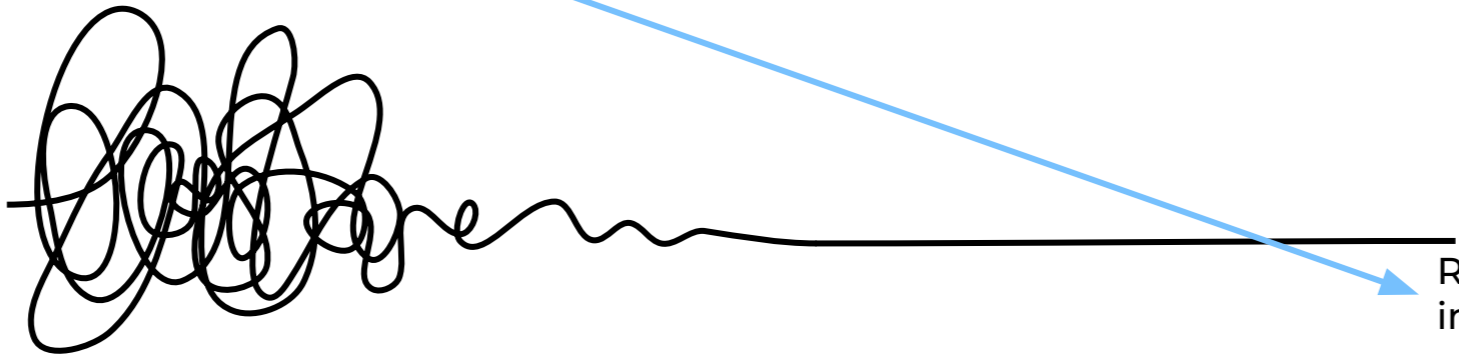
[https://www.youtube.com/watch?v=RRy\\_73ivcms&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=RRy_73ivcms&feature=youtu.be)



La tarea número uno del emprendedor y del innovador es reducir el riesgo y la incertidumbre.



Idea



Riesgo & incertidumbre



Solución



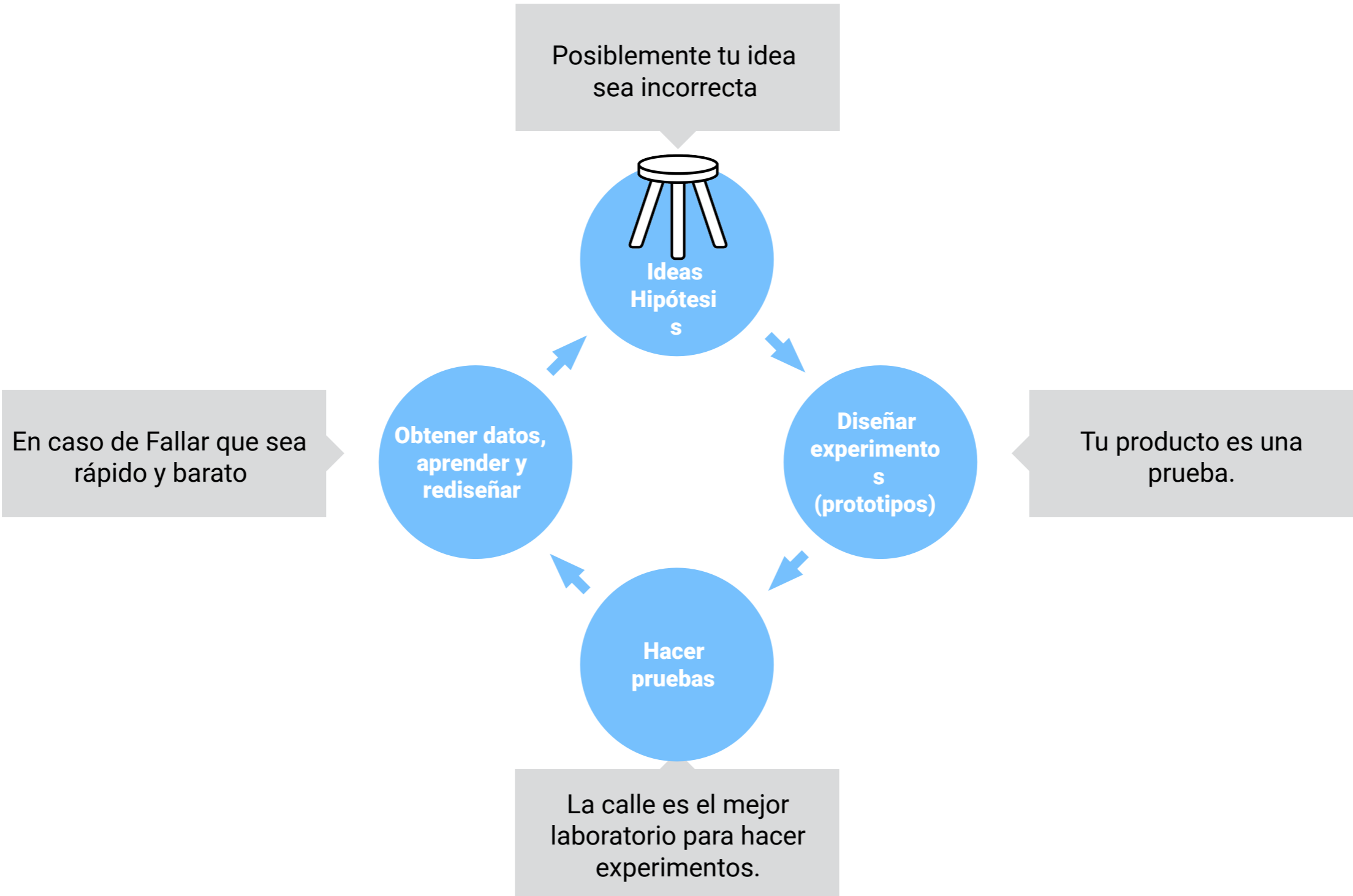
**Descubrimiento**

Descubra si su dirección general es correcta. Pruebe los supuestos básicos. Obtenga los primeros conocimientos para corregir el rumbo rápidamente.

**Validación**

Valida la dirección que has tomado. Confirmar con pruebas contundentes que es muy probable que su idea de negocio funcione.

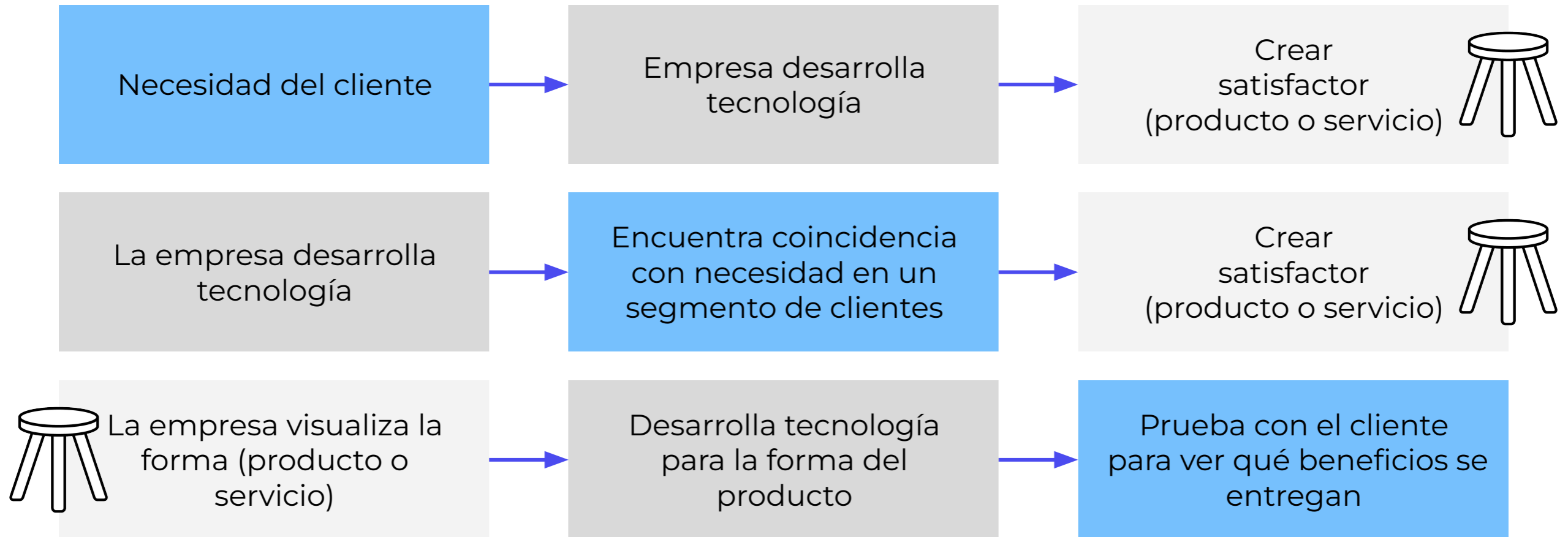
Fuente: Alexander Osterwalder



METODOLOGÍAS

# PROCESO DE DISEÑO ÁGIL

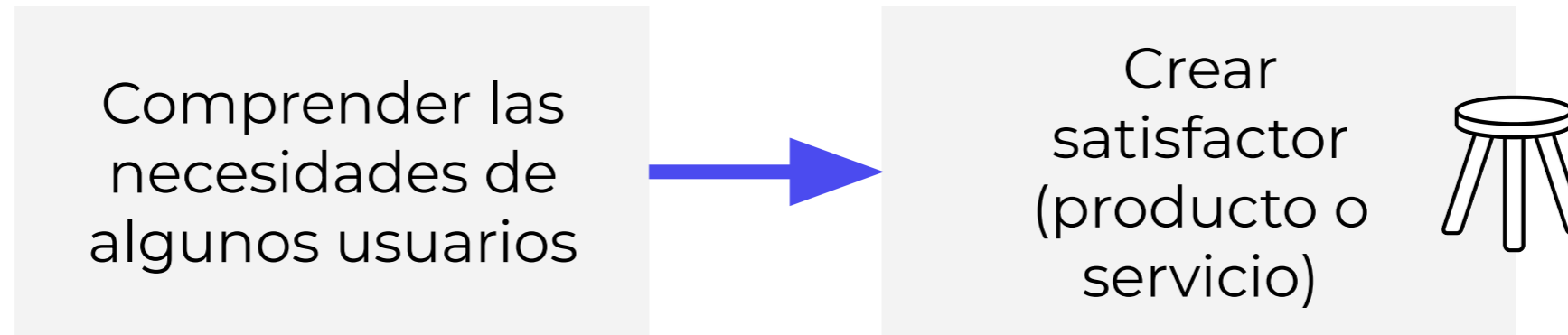
## Algunos patrones en la generación de conceptos



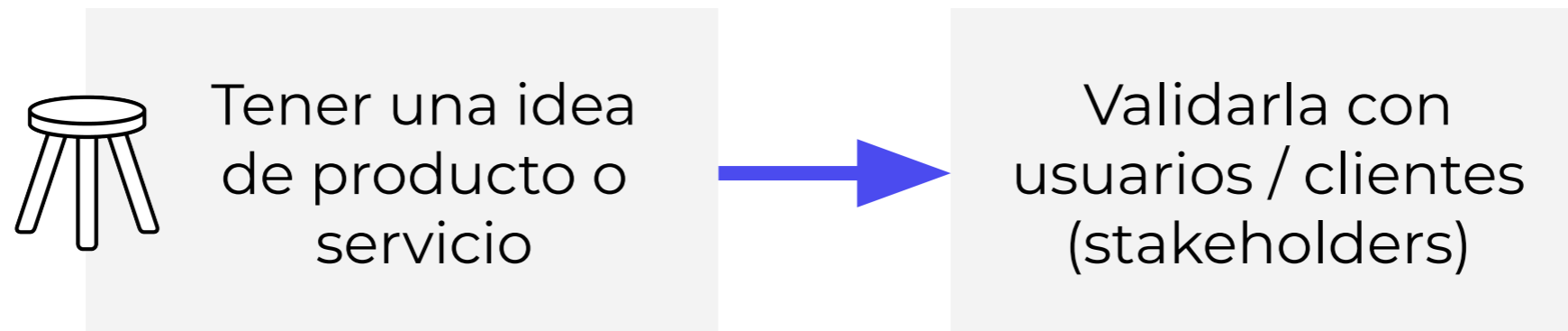
El proceso de innovación puede comenzar con cualquiera de los tres insumos.

# DOS MODELOS DE DISEÑO ÁGIL

## MODELO DESIGN THINKING

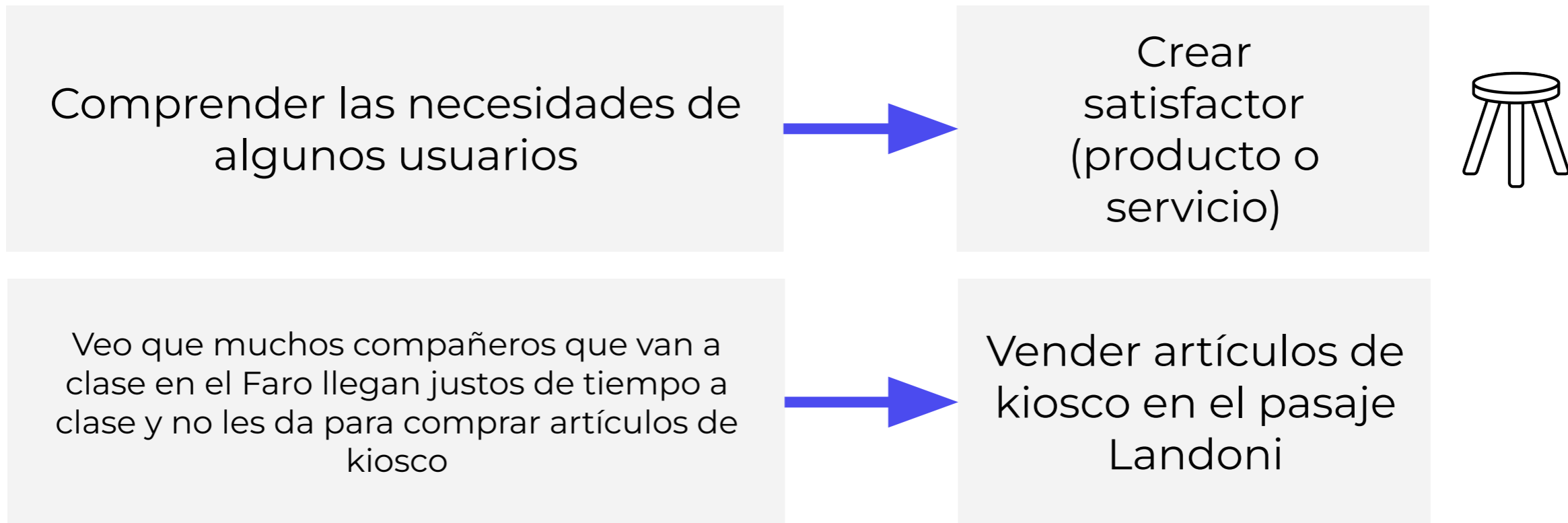


## MODELO LEAN STARTUP

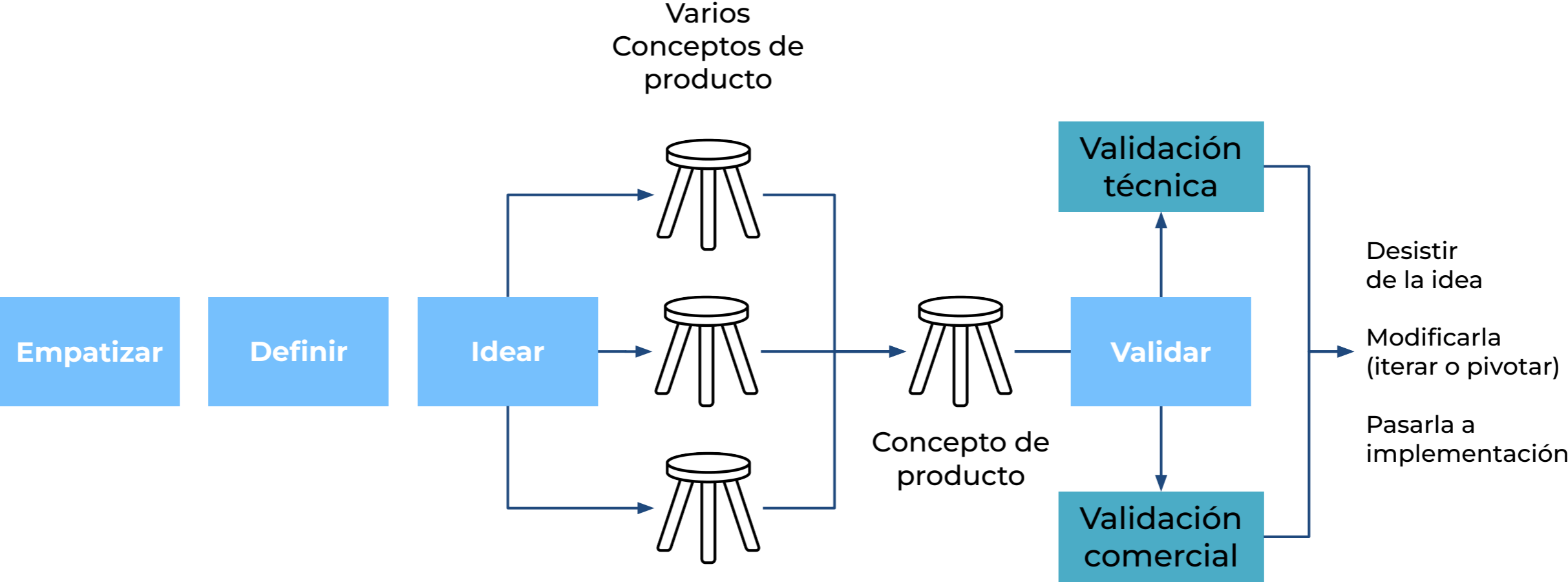




# MODELO DESIGN THINKING



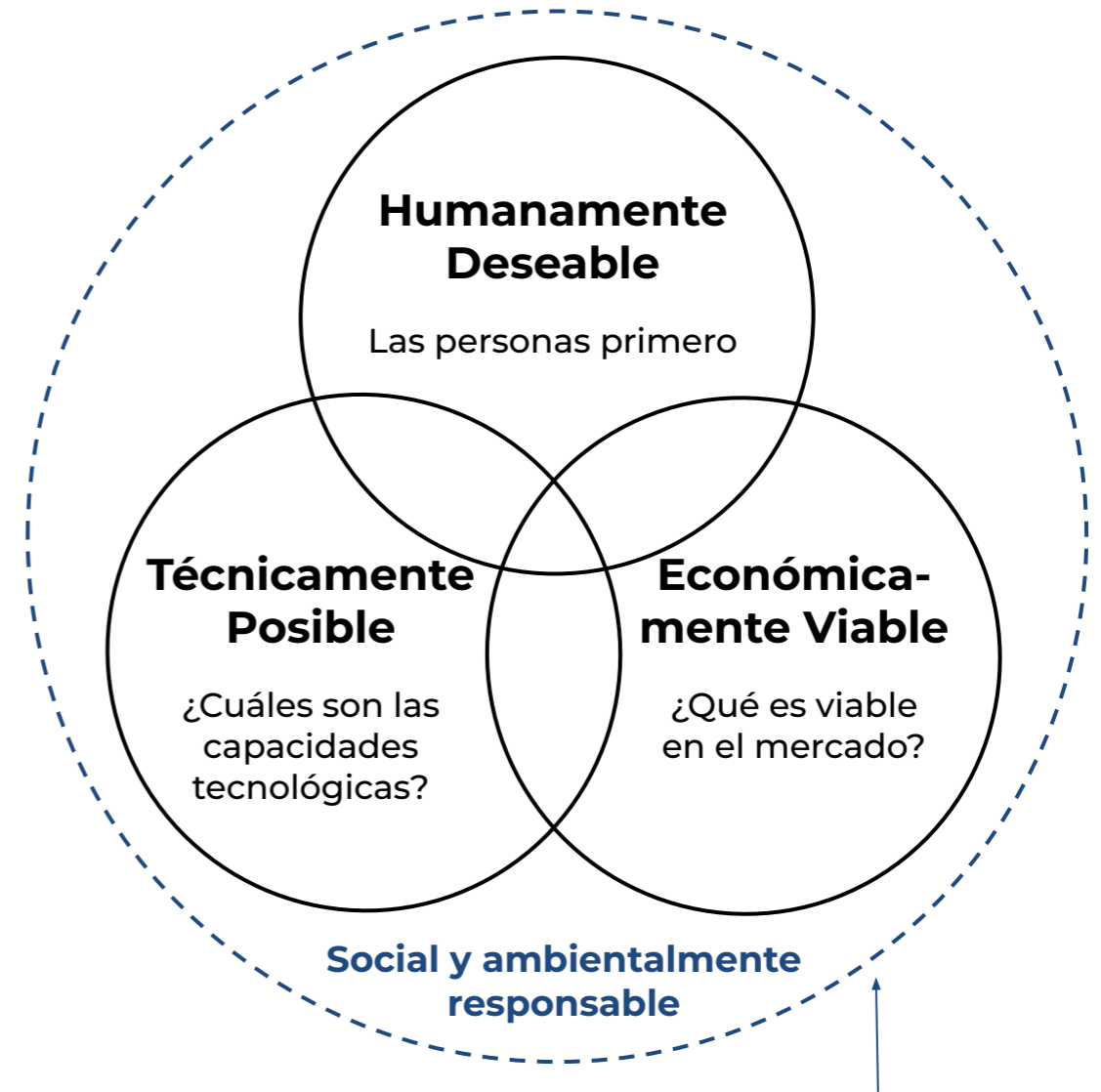
# MODELO DESIGN THINKING



Diseño propio (Marcelo Carretto) basado en el modelo Design Thinking - IDEO

El Design thinking es una manera de resolver problemas de manera creativa que empieza poniendo las necesidades humanas en el centro para llegar a una solución:

- **Humanamente deseable**
- **Técnicamente posible**
- **Económicamente viable**
- **Social y ambientalmente responsable**

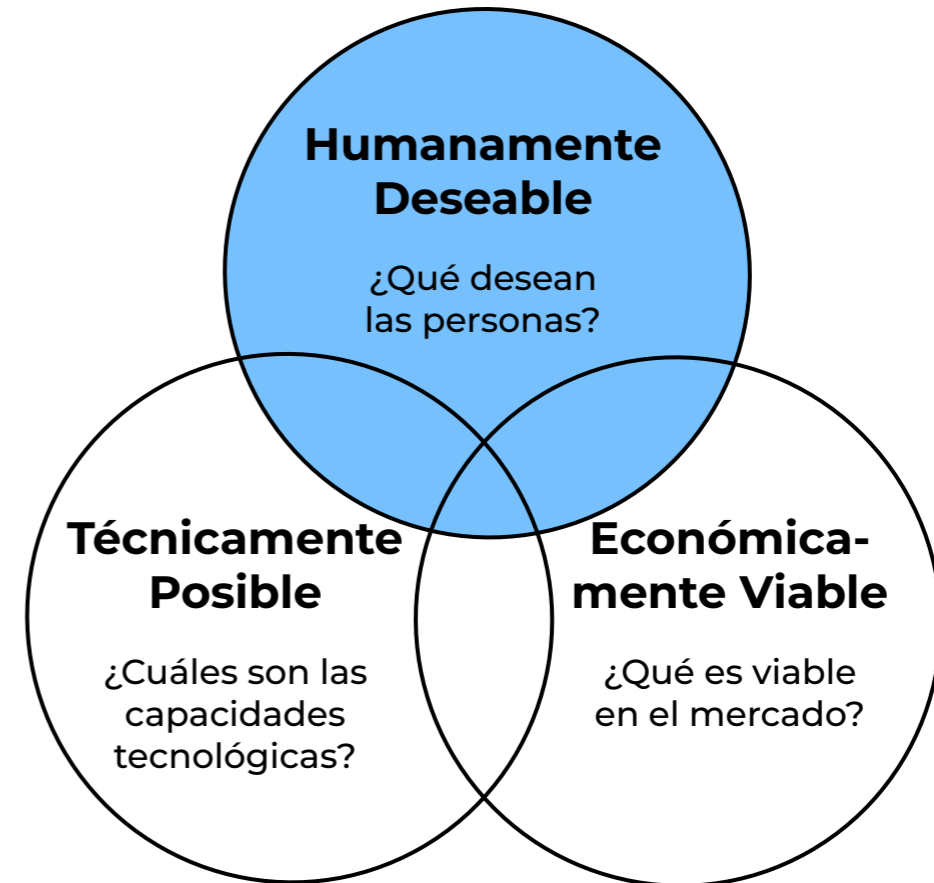


Complemento Marcelo

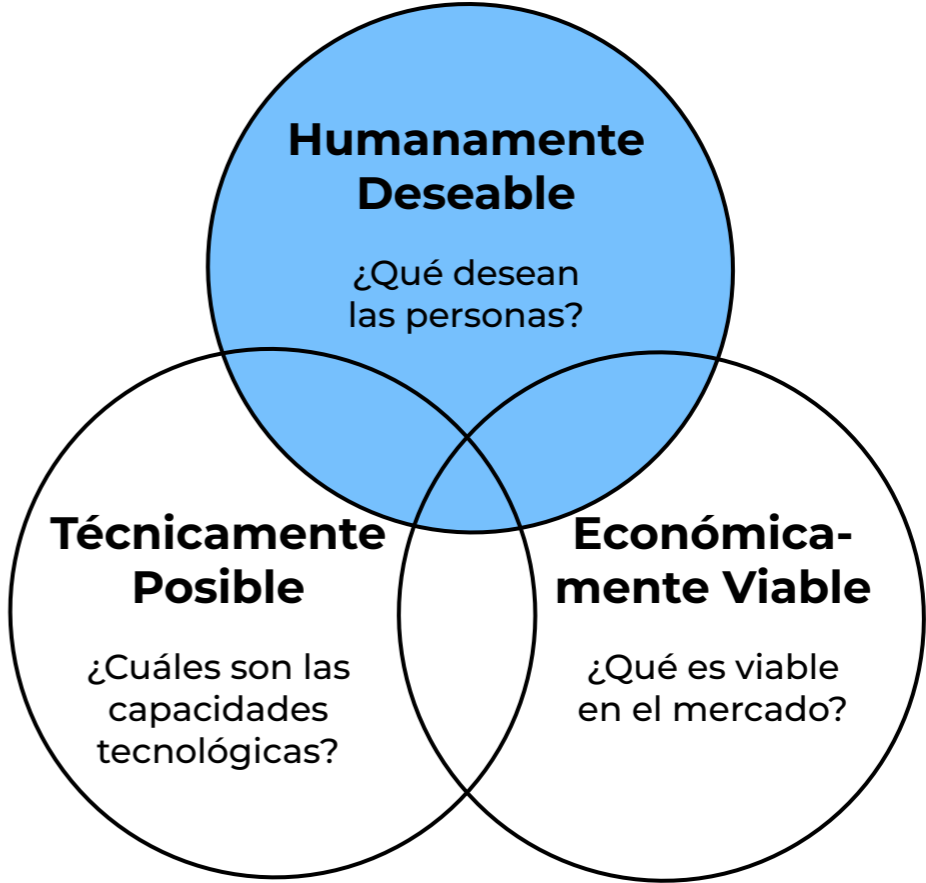
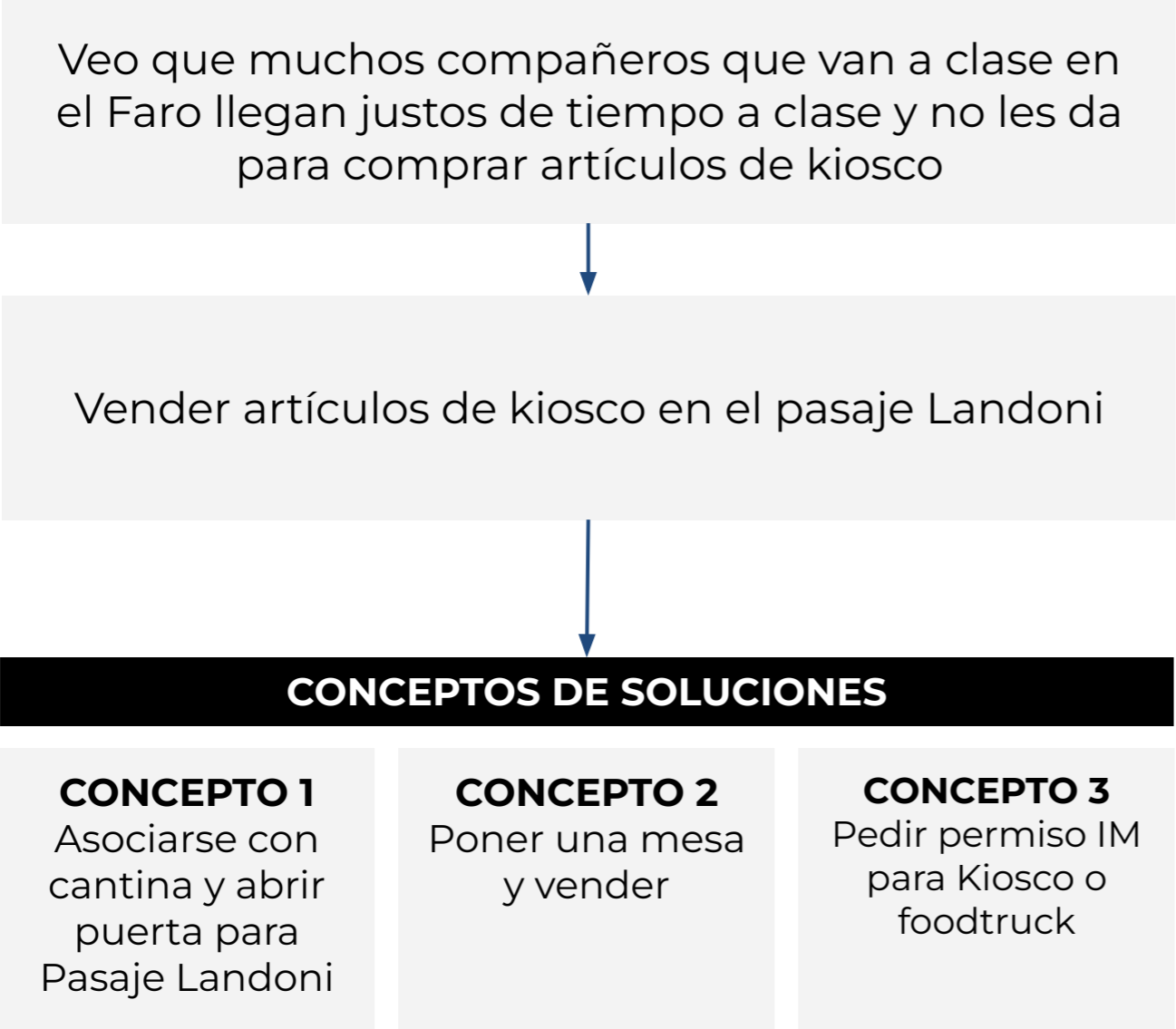
Veo que muchos compañeros que van a clase en el Faro llegan justos de tiempo a clase y no les da para comprar artículos de kiosco



Vender artículos de kiosco en el pasaje Landoni



# MODELO DESIGN THINKING

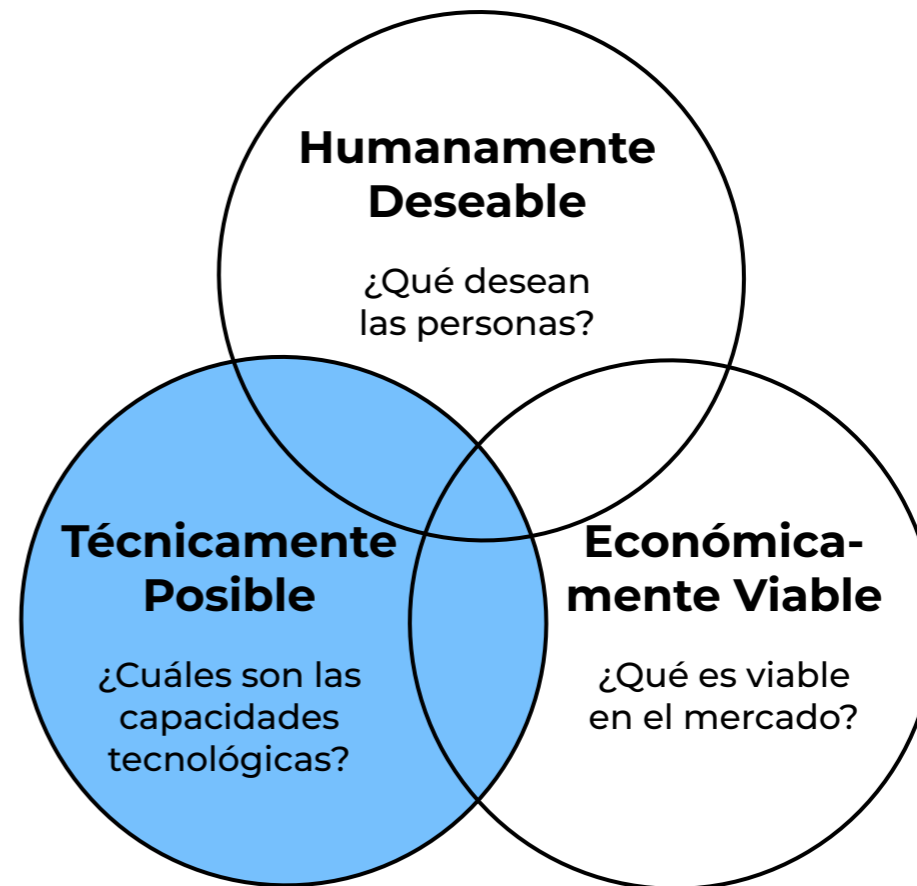


Veo que muchos compañeros que van a clase en el Faro llegan justos de tiempo a clase y no les da para comprar artículos de kiosco



## Técnicamente Posible

- La cantina quiere hacer eso y no afecta su negocio actual
- La IM otorgaría un permiso
- Si me pongo con una mesa ¿no me echan?

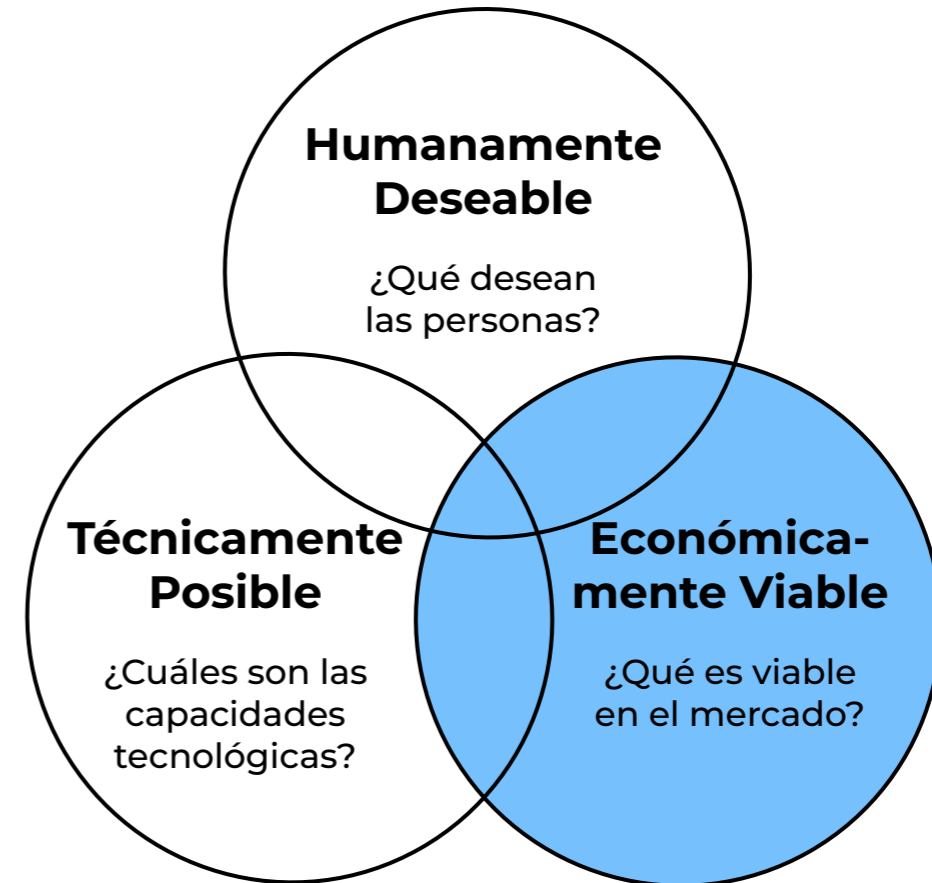


Veo que muchos compañeros que van a clase en el Faro llegan justos de tiempo a clase y no les da para comprar artículos de kiosco



## **Económicamente Viable**

- Cuánta gente transita
- Poder adquisitivo
- Ticket promedio
- Análisis financiero





Tener una idea  
de producto o  
servicio



Validarla con  
usuarios / clientes  
(stakeholders)



Ejemplo:  
**vino en polvo**



Validarla con  
usuarios / clientes  
(stakeholders)





Humanamente deseable

**¿Es necesario, aporta utilidad o mejoras suficientes para que algunos usuarios adopten tomarlo?**

Técnicamente posible

**¿Lo puedo fabricar?**

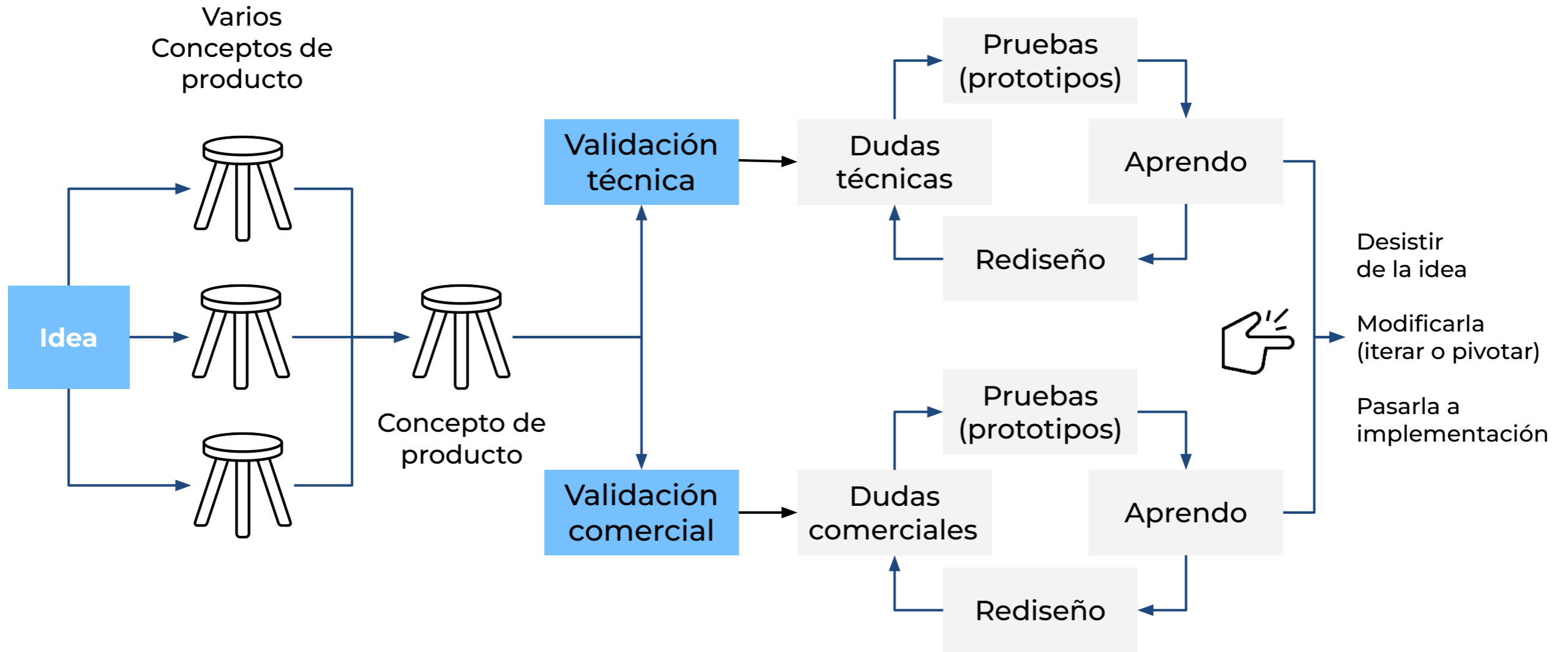
Económicamente viable

**¿Es negocio o al menos viable económicamente?**

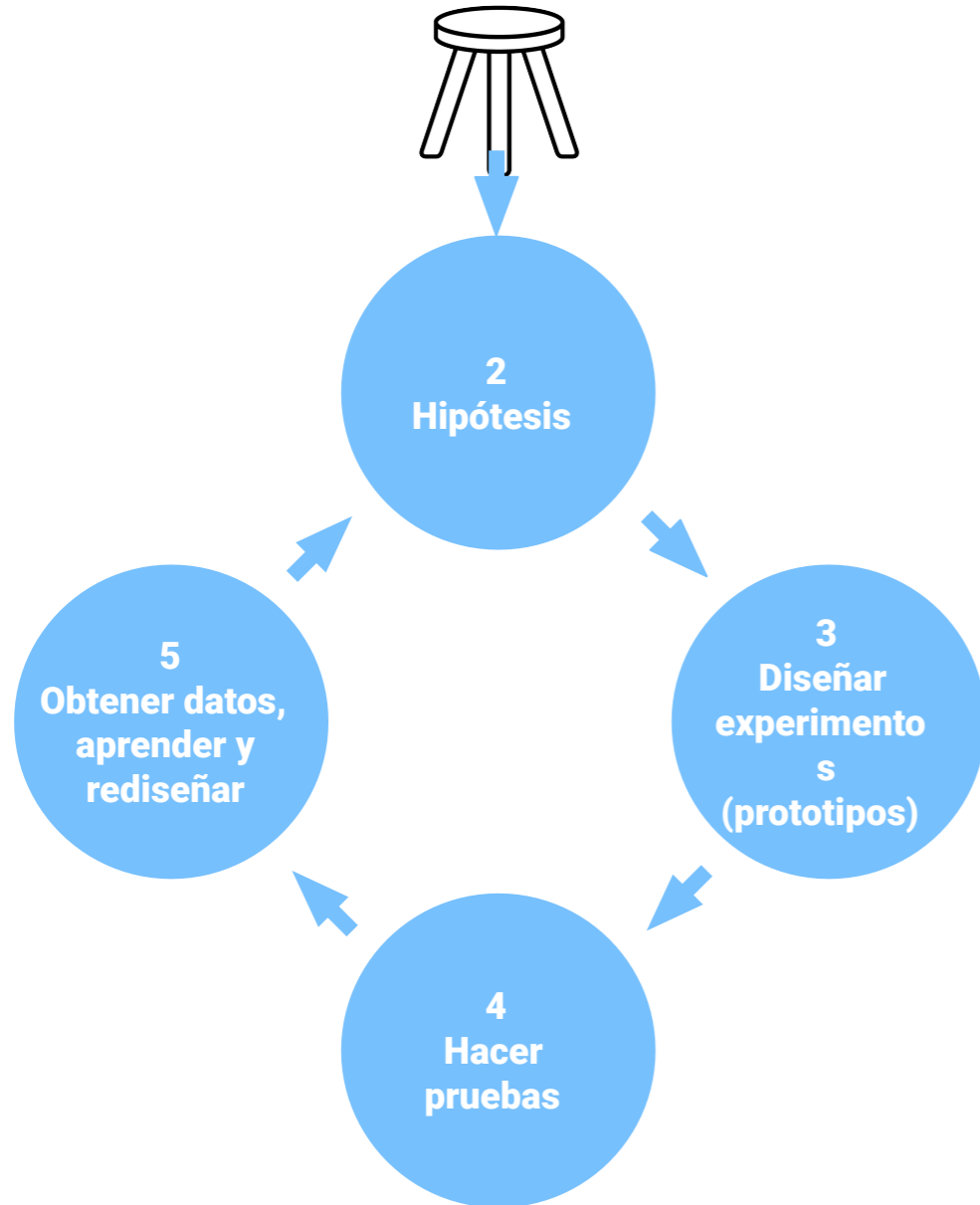
Social y ambientalmente responsable

**¿Genera un aporte social / ambiental positivo?**

# EN COMÚN PARA AMBOS MODELOS



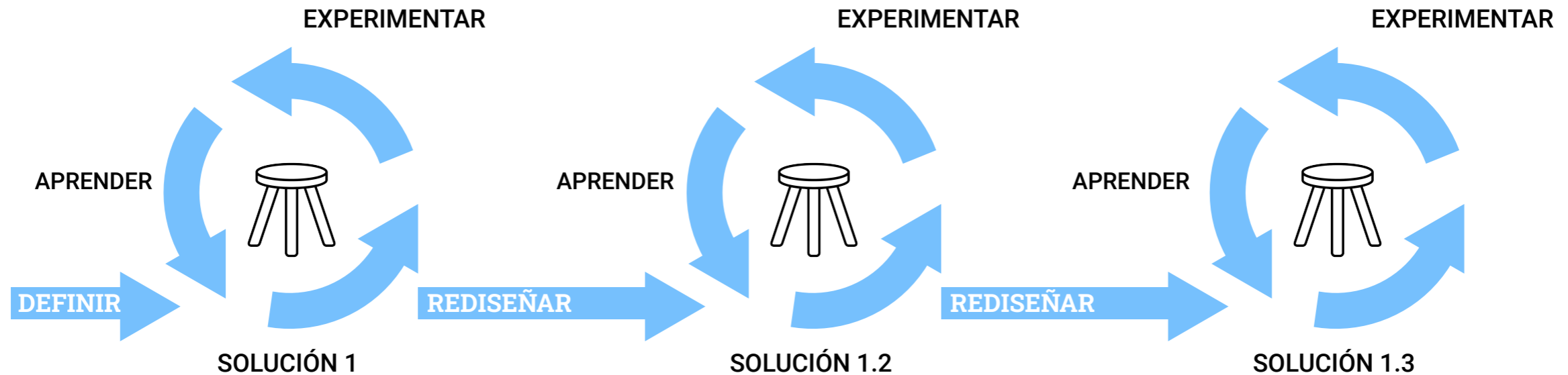
# PROCESO DE DISEÑO ÁGIL



1. Definir un producto / servicio.
2. Identificar hipótesis más relevantes
3. Diseñar experimentos (prototipos)
4. Salir a validarlo con partes interesadas
5. Aprender y rediseñar la propuesta

Esto lo tienen que hacer rápido y varias veces, **antes de quedarse sin fondos o sin ganas.**

# PROCESO DE DISEÑO ÁGIL



La solución se va definiendo a medida que se va adquiriendo información y se van haciendo pruebas con usuarios y partes interesadas.

Iterar es realizar un cambio mínimo. Pivotar implica un cambio radical para centrarse en una actividad diferente (resolver otro problema, atender a otro usuario, entre otras).

## Proceso tradicional de creación



Idea

Desarrollo

**Validación**



¿Podemos construirlo?

## Proceso de creación basado en metodologías ágiles



Idea

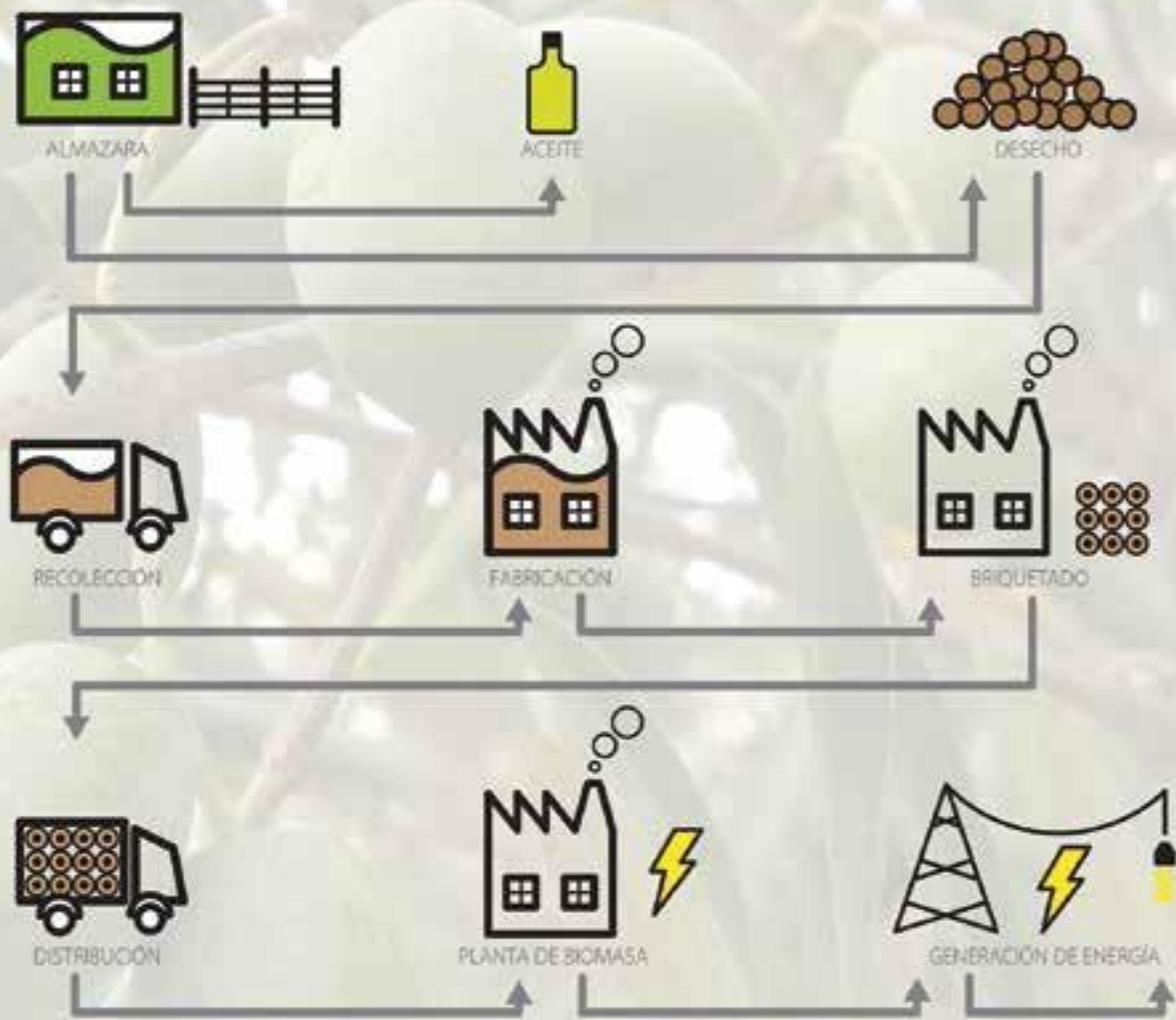
**Validación**

Desarrollo



¿Debemos construirlo?

**Explicar una idea**



Taller Encararé

Educa María Carro

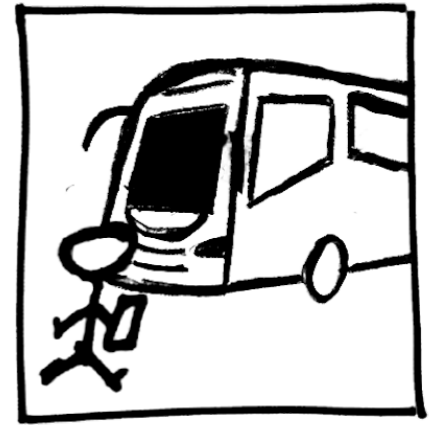
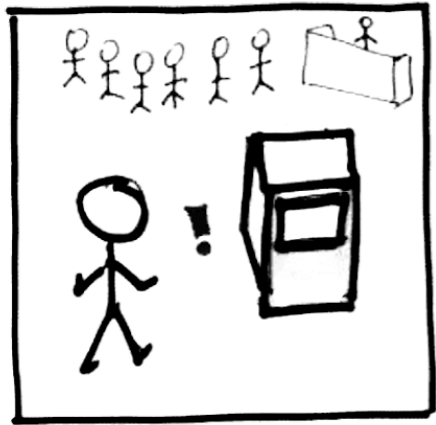
Marta Carro | Macarena Hidalgo

Federico Paz | Gabriel Bello | Federico Davoine

Antonio Carro | Chema | María | Unai | Jhoska

Junio 2015

Biolive





6:30 PM



6:31 PM



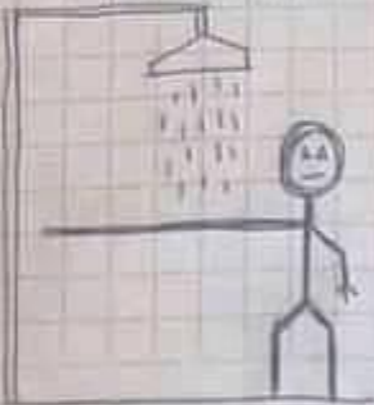
6:32 PM



6:33 PM



6:34 PM



6:35 PM



# Steps

Mothers are accepted in the program **1**

las madres son aceptadas en el programa

Informing the mothers about community kitchen & taking their finger prints to open the kitchen

informar a las madres sobre la cocina comunitaria e ingresar sus huellas en el sistema para que puedan abrir la cocina cuando deseen

Introduction to the space by an ABC social worker **2**

introducción al espacio por una asistente social perteneciente al plan ABC

Mothers can bring children with them. **3**

Las madres pueden llevar a sus hijos con ellas

Debe ser mensualmente revisado por un empleado del ABC para asegurar que todo funciona sin problemas. Se debe procurar que el espacio siga en contacto con el plan ABC. **4**

Monthly check-in by ABC employee to ensure everything runs smoothly and keep connection with the centre

# Comunicación efectiva

¿Cuál es la mejor manera de contar lo que quiero decir?

# *PechaKucha*<sup>TM</sup>

Término acuñado en Tokio en 2003, por una pareja de arquitectos, para definir a un tipo de presentación rápida que consiste en 20 diapositivas que pasan automáticamente cada 20 segundos.

20 x 20  
IMG SEGUNDOS

# *PechaKucha*<sup>TM</sup>

En japonés significa «charla casual» por lo que la simplicidad y el dinamismo son las claves fundamentales de este tipo de presentaciones.

# PechaKucha™

- Se utilizan **20 diapositivas** exactamente, ni una más ni una menos.
- El **tiempo de proyección por diapositiva es de 20 segundos**. La duración total entonces es de 400 segundos es decir, 6 minutos y 40 segundos.
- La presentación se ha de configurar para que se el **pase de diapositivas de forma automática cada 20 segundos**.
- Está recomendado el uso de **imágenes simples y conceptuales a gran tamaño** para que puedan ser asimiladas por la audiencia rápidamente y no resten protagonismo a la persona que hace la presentación.
- **El uso del texto se limita a lo imprescindible**, como mucho una frase corta o un título...nada de párrafos explicativos ni viñetas.
- El contenido hablado ha de ser conciso, bien organizado y vinculado con cada diapositiva.
- Un mismo concepto puede ocupar varias diapositivas.

# PechaKucha™

## CLAVES PARA HACER UNA PRESENTACIÓN PECHAKUCHA:

- **1. ESTRUCTURA.** Definir las partes que tendrá la presentación.  
Se puede dividir la presentación, por ejemplo, en seis conceptos y exponer cada uno de ellos en 3 diapositivas.
- **2. SPEECH.** Trabajar en el discurso que se complementará con las diapos.
- **3. DIAPOSITIVAS.** Buscar o generar imágenes para las diapositivas cuidando que se relacionen con el speech.
- **4. TEMPORIZADOR.** Configurar el pasaje automático de diapos cada 20 segundos.
- **5. PRACTICAR,** ajustar, practicar, ajustar...

## Estructura sugerida

0. **Comenzar con algo que llame la atención.**
1. **Problema.** ¿Cuál es el problema trabajado?
2. **Usuario.** ¿Quién tiene ese problema?
3. **Solución.** ¿Cómo solucionaron el problema? Mostrar cómo es y cómo funciona (un ejemplo práctico de aplicación).
4. **Flujo de ingresos.** ¿Cómo hacer económicamente viable la idea?
5. ¿Cuál es la **innovación**? ¿Qué hace especial a su idea?
7. **Cierre memorable.**



# PechaKucha Mini

Problema. ¿Cuál es el problema trabajado?

Usuario. ¿Quién tiene ese problema?



1

2

3

4

¿Cómo solucionaron el problema?

5

6

7

8

¿Cómo hacer económicamente viable la idea?

¿Cuál es la innovación?

9

10

11

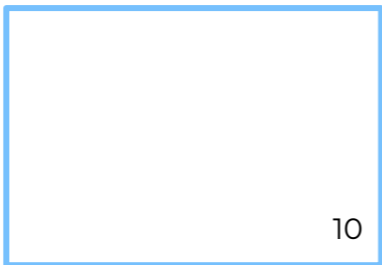
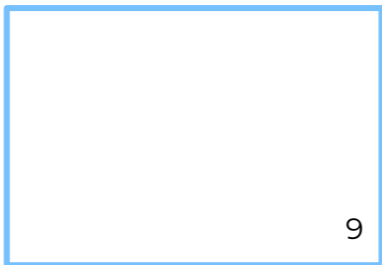
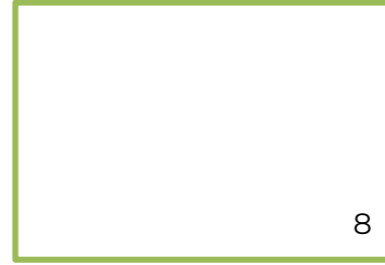
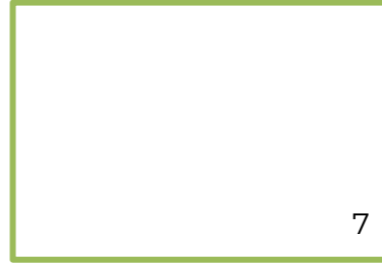
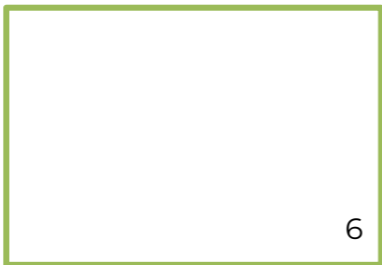
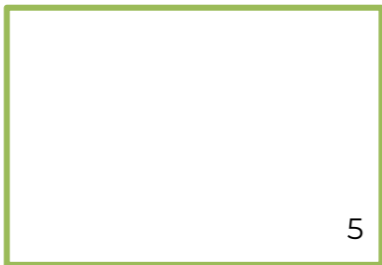
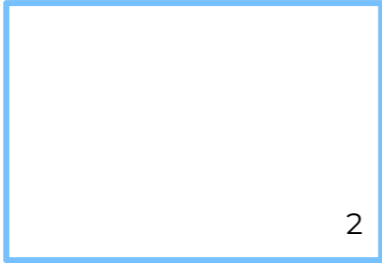
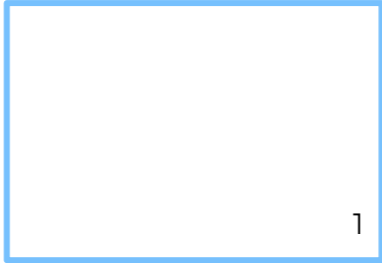
12



Cierre memorable

12 diapos x 20 segundos = 240 segundos = 4 minutos

Comenzar con algo que llame la atención



# PechaKucha™

Ejemplos para inspirarse:

- Fiorella Sargenti | Cultura consumida | [LINK](#)
- Canal Pecha Kucha MVD | [LINK](#)