

Piense al Revés

Cuando Einstein dijo que los problemas no pueden ser resueltos en el mismo nivel de pensamiento en el que han sido creados, creo que no se refería a que la única forma de resolver un problema es buscando una solución de mayor complejidad. Un problema complejo también puede ser resuelto con una solución de menor complejidad.

Extraído del libro "Mirando los Negocios al Revés"

TALLER DE INNOVACIÓN
RUTA EMPRENDE
SANTIAGO DE CHILE. MAYO 2019

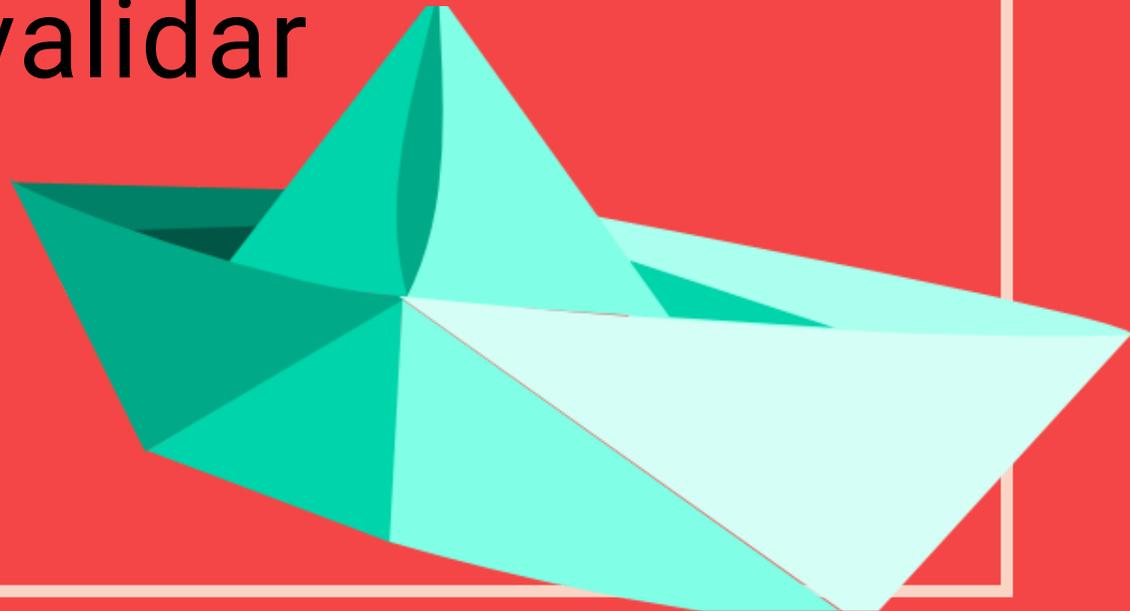
PIENSE AL
REVÉS

Jorge L Boza Olivari

www.linkedin.com/in/jorgeboza

¿Qué es innovar?

Es crear y validar
una idea.



1

¿Cómo crear?

Permítase buscar ideas donde nadie las busca: fuera de los límites racionales de la mente o la industria.

LÍMITES RACIONALES



Colectivo de ideas que aceptamos como verdaderas aunque éstas no lo sean. Siembran sesgos cognitivos.

SESGO EN LA PREGUNTA

¿Qué hacer para que las mujeres que viven en el lado Oeste se matriculen en mi gimnasio que está en el lado Este?

**SESGO
EN LA PREGUNTA**

**INCENTIVO DE LARGO PLAZO
(LOGRAR FIGURA DESEADA)**



GIMNASIO — CUOTA DE SACRIFICIO — RESULTADO



**DISTANCIA DE MANEJO
(DESINCENTIVO DE CORTO PLAZO)**

**SESGO
EN LA PREGUNTA**

**DISTANCIA
CORTO PLAZO**

**FIGURA
LARGO PLAZO**

**ZONA DE
INTENSIDAD COMPETITIVA**

**SESGO
EN LA PREGUNTA**

**DISTANCIA
CORTO PLAZO**

**FIGURA
LARGO PLAZO**

**ZONA DE
INTENSIDAD COMPETITIVA**



**ZONA VACANTE
CAMBIAR INCENTIVOS**

SESGO EN LA PREGUNTA

¿Cómo crear un incentivo para que un segmento del mercado de mujeres sea irresistiblemente atraído hacia mi negocio?

**SESGO
EN LA PREGUNTA**

**INCENTIVO DE CORTO PLAZO
(CONOCER A BEYONCE)**

GIMNASIO

CURIOSIDAD

RESULTADO

**DISTANCIA DE MANEJO
(IRRELEVANTE)**



SESGO EN LA RESPUESTA

1

**SE PLANTEA
PROBLEMA**

**¿QUE
CHOCOLATE
SERA
ELEGIDO?**

2

**ANALIZA
ALTERNATIVAS**

**X COLOR
X SABOR
X MARCA**

3

**IDEA
SEMBRADA**

**LOS NIÑOS
ELIGEN
X EL COLOR**

4

**RESPUESTA
X
CREENCIAS**

**ELIJEN
COLOR..**

SESGO EN LA RESPUESTA

1
SE PLANTEA
PROBLEMA

¿QUE
CHOCOLATE
SERA
ELEGIDO?

2
ANALIZA
ALTERNATIVAS

X COLOR
X SABOR
X MARCA

3
FILTRO
MENTAL

LOS NIÑOS
ELIGEN
X EL COLOR

4
RESPUESTA
X
CREENCIAS

ELIJEN
COLOR..

EJEMPLO 1:

Haciendo quebrar a la
Coca-Cola



EJEMPLO 1:

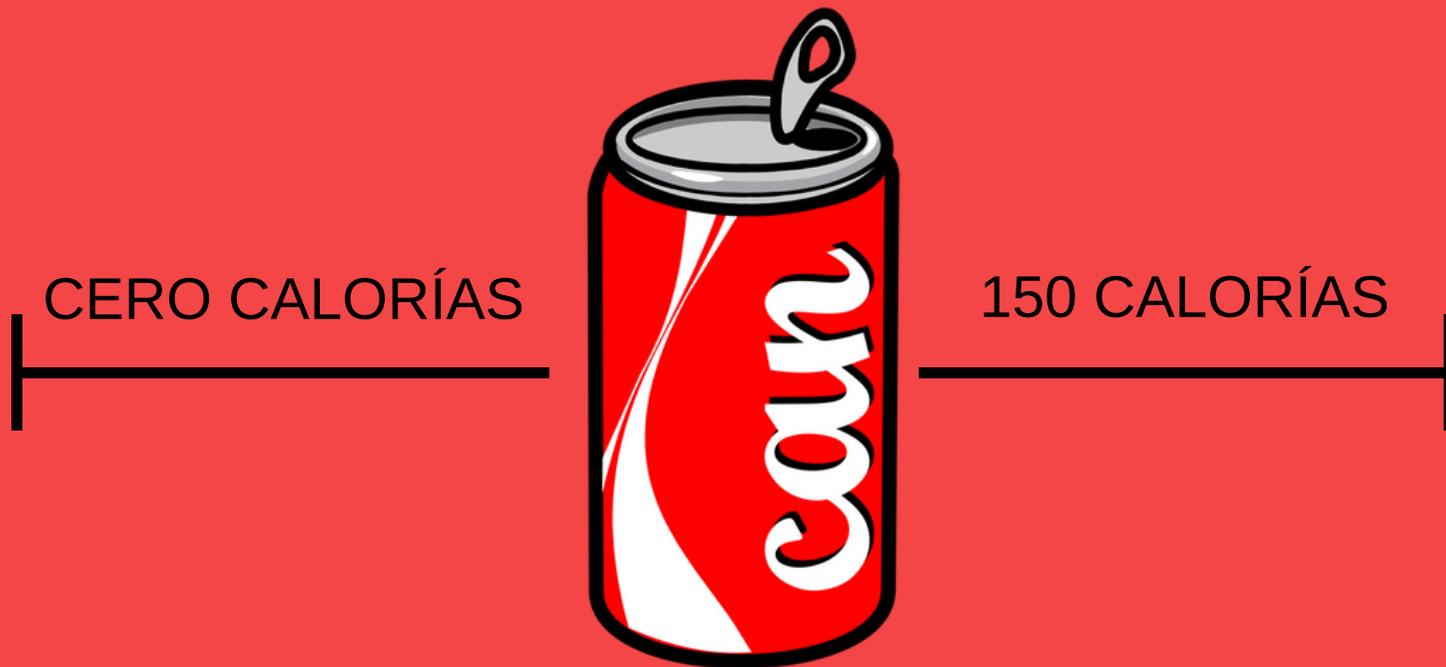


EJEMPLO 1:

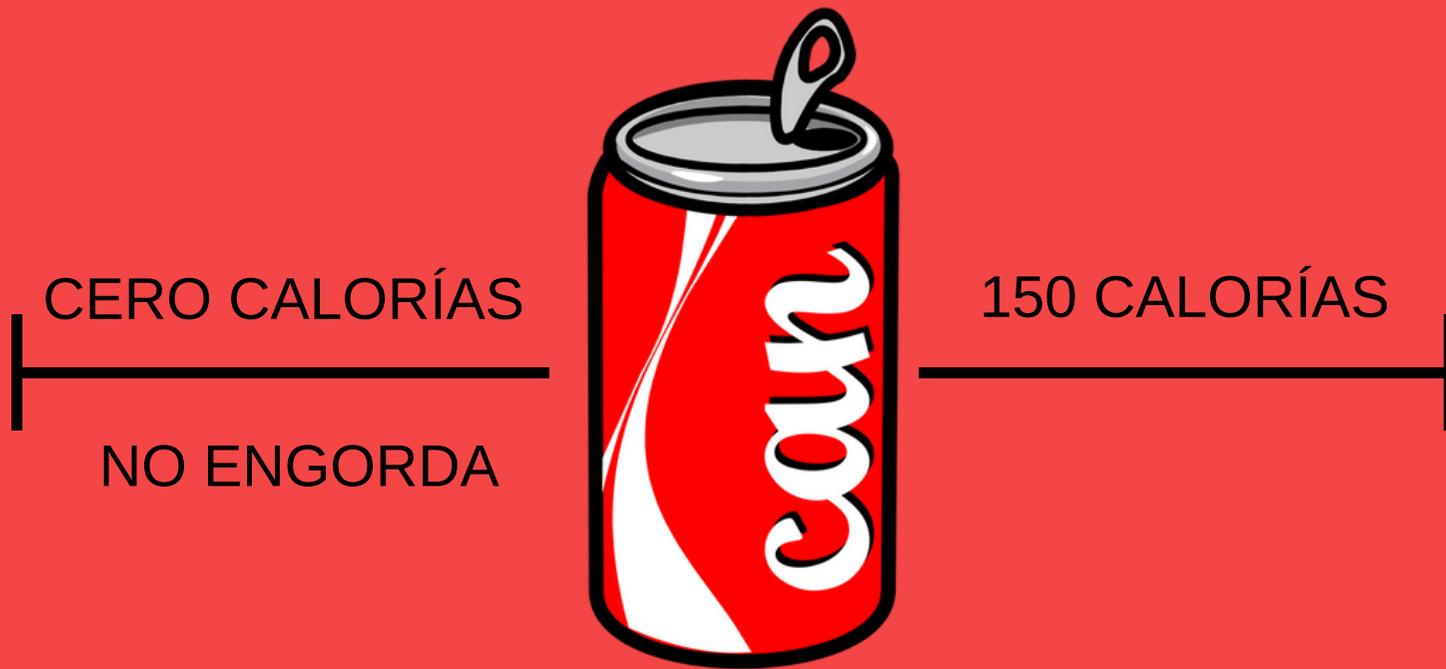
CERO CALORÍAS



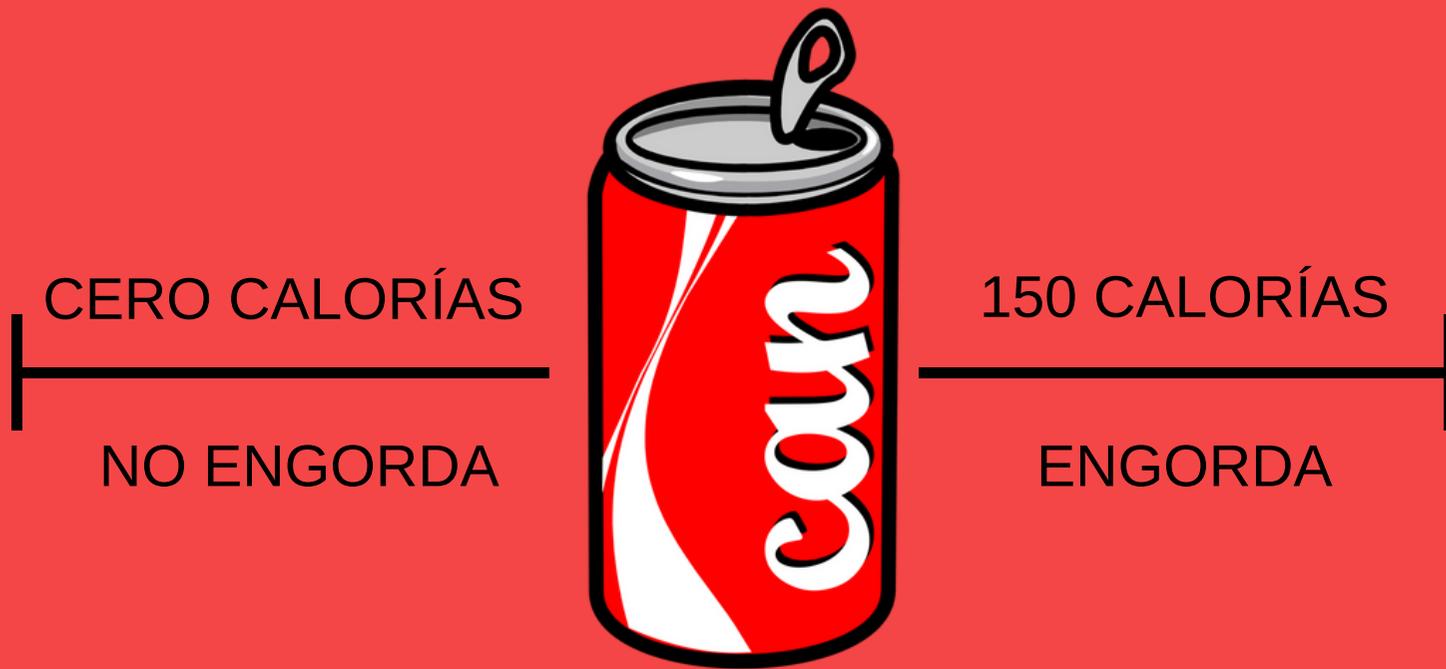
EJEMPLO 1:



EJEMPLO 1:



EJEMPLO 1:



EJEMPLO 1:

NO ENGORDA



ENGORDA

EJEMPLO 1:

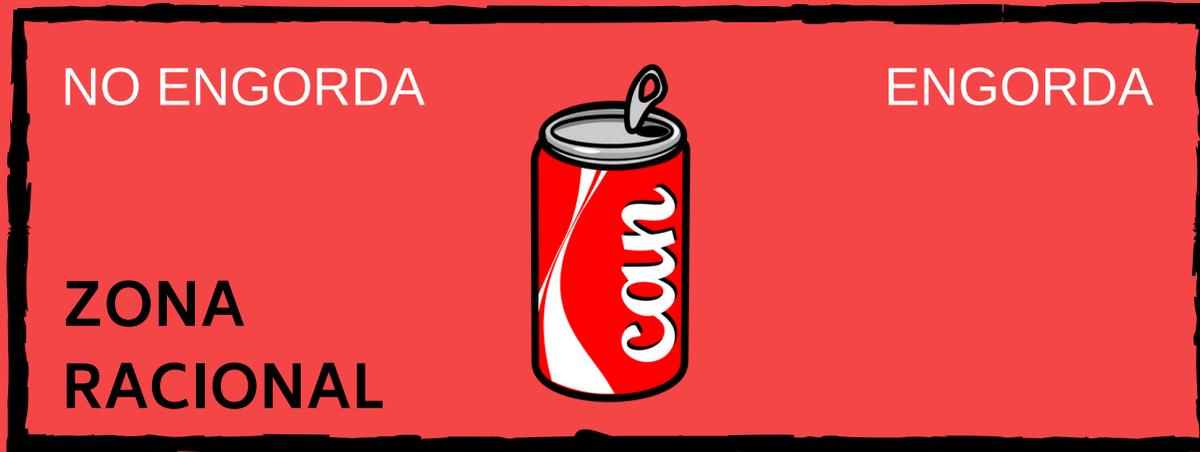
NO ENGORDA

ENGORDA

ZONA
RACIONAL

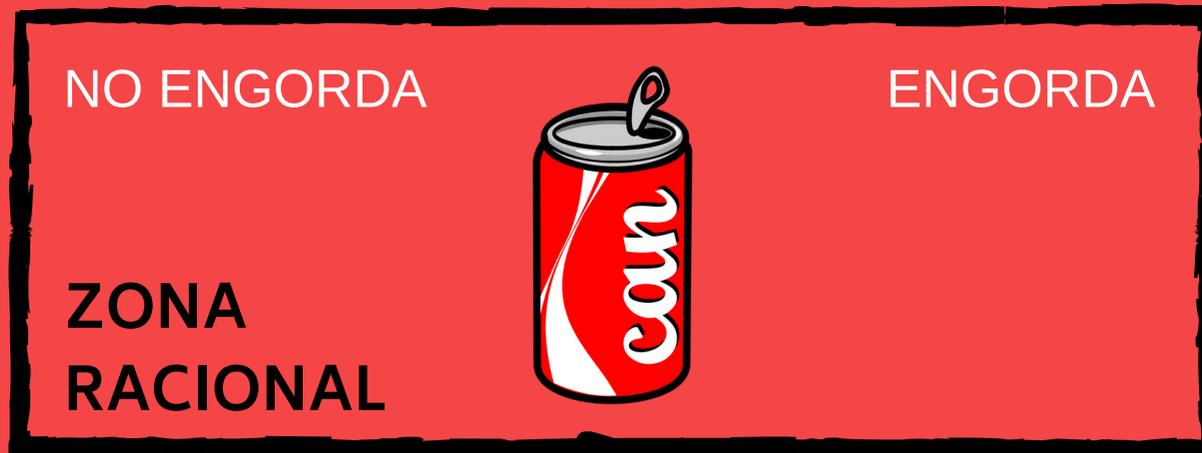


EJEMPLO 1:



ZONA DE
NUEVAS IDEAS

EJEMPLO 1:



ZONA DE
NUEVAS IDEAS



ADELGAZA

EJEMPLO 2:

Bicicleta para niños



EJEMPLO 2:

RUEDAS
ADICIONALES



CADENA Y
PEDALES

EJEMPLO 2:

RUEDAS
ADICIONALES

CADENA Y
PEDALES

ZONA
RACIONAL



EJEMPLO 2:



ZONA DE
NUEVAS IDEAS

EJEMPLO 2:



ZONA DE NUEVAS IDEAS

An arrow points from the bottom of the tricycle diagram to this text.



SIN RUEDITAS NI PEDALES

EJEMPLO 3:

Calcetines aburridos



EJEMPLO 3:

SE VENDEN
DE A PAR



MISMO
DISEÑO

EJEMPLO 3:

SE VENDEN
DE A PAR



MISMO
DISEÑO

**ZONA
RACIONAL**

EJEMPLO 3:

SE VENDEN
DE A PAR



MISMO
DISEÑO

**ZONA
RACIONAL**

**ZONA DE
NUEVAS IDEAS**

EJEMPLO 3:

SE VENDEN
DE A PAR



MISMO
DISEÑO

**ZONA
RACIONAL**

**ZONA DE
NUEVAS IDEAS**



MEDIAS DE 3
DIF. DISEÑO

¿Cómo validar?

2

Traduzca el concepto creado en uno comprensible para el consumidor.

Utilice creencias que ya existan en su mente. No intente convencerlo que debe aceptar una nueva.

HACKEAR LA MENTE



La llave maestra que define el éxito o fracaso de una innovación está en comprender que la mente del consumidor está más dispuesta a retener una idea antigua que a aceptar una nueva.

ZONA DE HACKEO



CAJA DE CONCEPTOS Y
CREENCIAS QUE
CONTRADICEN
AL CONCEPTO CREADO

**INDUSTRIA DE
ORIGEN**

CAJA DE CONCEPTOS Y
CREENCIAS YA CONOCIDOS
Y ACEPTADOS POR
NUESTRA MENTE

**TERCERAS
INDUSTRIA**

EQUILIBRIUM

concepto fuera de la industria

Nadie compra bicicletas sin pedales.
Entonces véndalo como si no fuera
bicicleta. Entonces no tendrá ningún
competidor en el mercado.



Nunca encontrará el concepto dentro de la industria de origen.

La simple idea de vender tres calcetines en lugar de dos hubiera fracasado porque nuestra mente tiene fuertes creencias acerca de este producto.





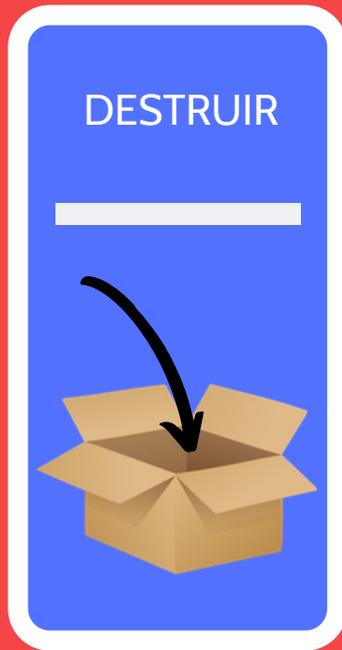
Piense al Revés

Si usted va a colocar las piezas de un rompecabezas como lo hace cualquier otra persona, acoplando únicamente aquellas que encajan entre sí, al terminar de armarlo obtendrá el mismo resultado que las miles de personas que lo hicieron antes que usted. Pero si lo que quiere es obtener un resultado diferente, entonces, debe intentar juntar las piezas que no encajen.

Extraído del libro "Mirando los Negocios al Revés"

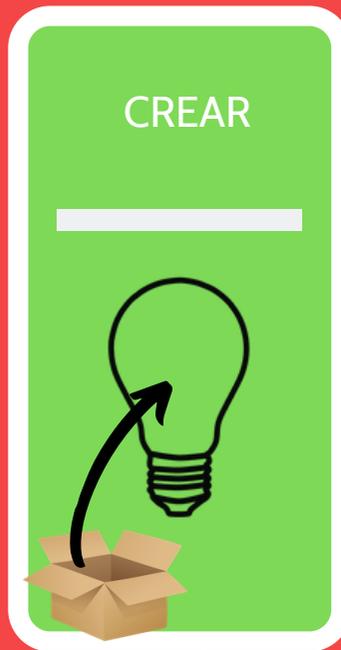
LA ESTRATEGIA DEL CAZADOR DE CEBRAS[©]

1
**BUSCAR
DENTRO
PARADIGMAS**



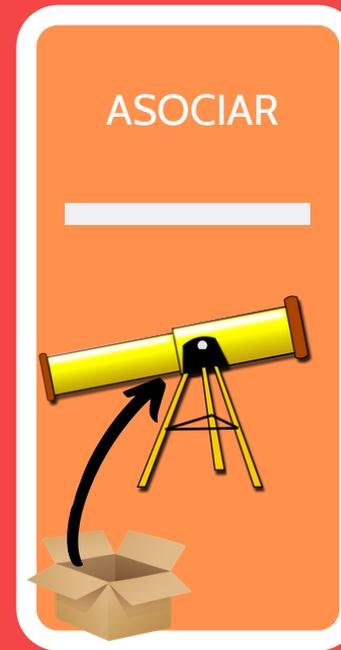
CREAR NUEVA IDEA

2
**DESCUBRIR
AFUERA
IDEAS**



PROTOTIPO

3
**BUSCAR
AFUERA
CONCEPTOS**



VALIDAR LA IDEA

4
**EMPAQUETAR
DENTRO
HACKEAR**



INVENTE UN...

**EXTRACTOR DE JUGO
DE NARANJAS**



PARA GANARLE A LA COMPETENCIA
PIENSE AL
REVÉS

Jorge L Boza Olivari

www.linkedin.com/in/jorgeboza