



# MITOS Y MINDSET

*en la Creación de Valor*

JAVIER A. TRASLAVIÑA M.  
javier.traslavina@uai.cl  
jtraslavina@watchpeopledo.com  
2017



# MITOS Y MINDSET

*en la Creación de Valor*

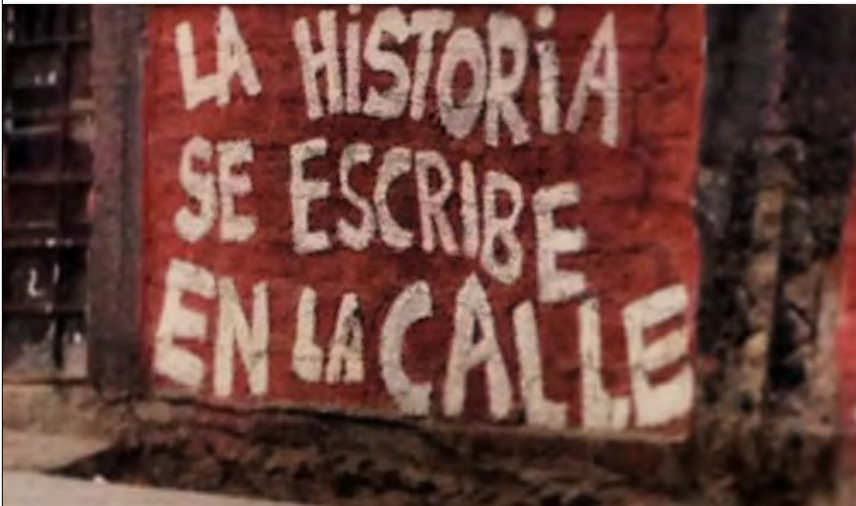
JAVIER A. TRASLAVIÑA M.  
javier.traslavina@uai.cl  
jtraslavina@watchpeopledo.com  
2017



*¿Qué...?  
¿Cómo...?  
¿Por qué...?*

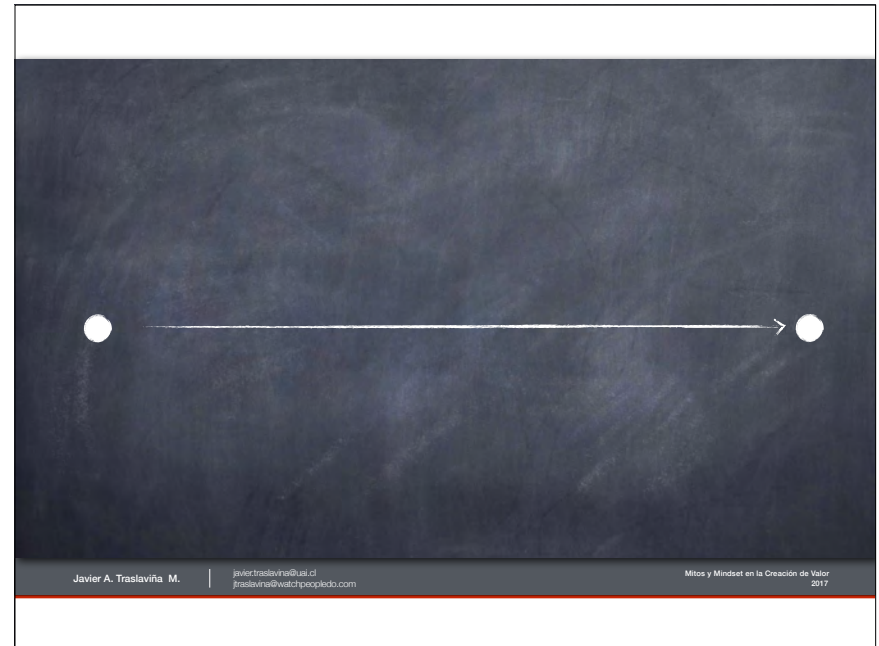
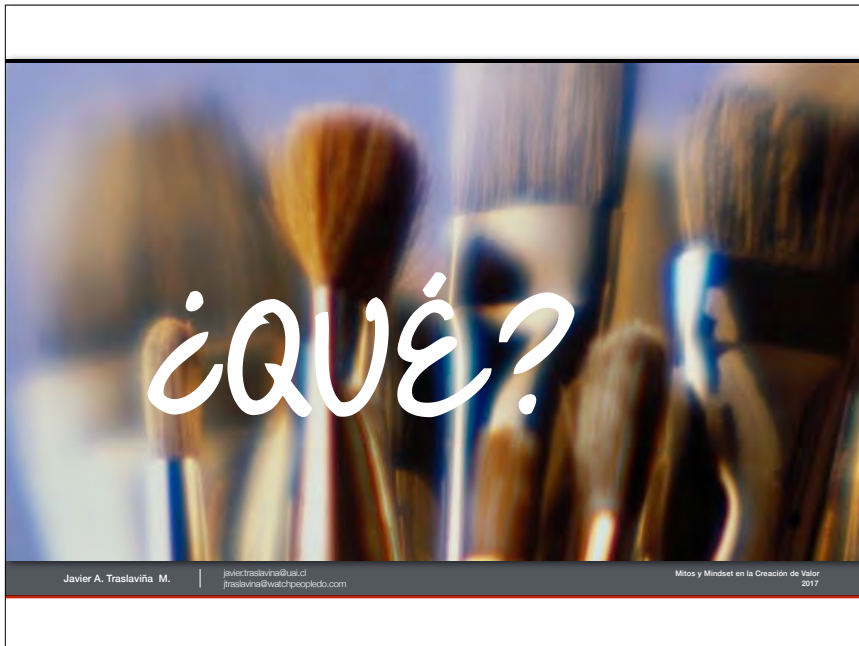
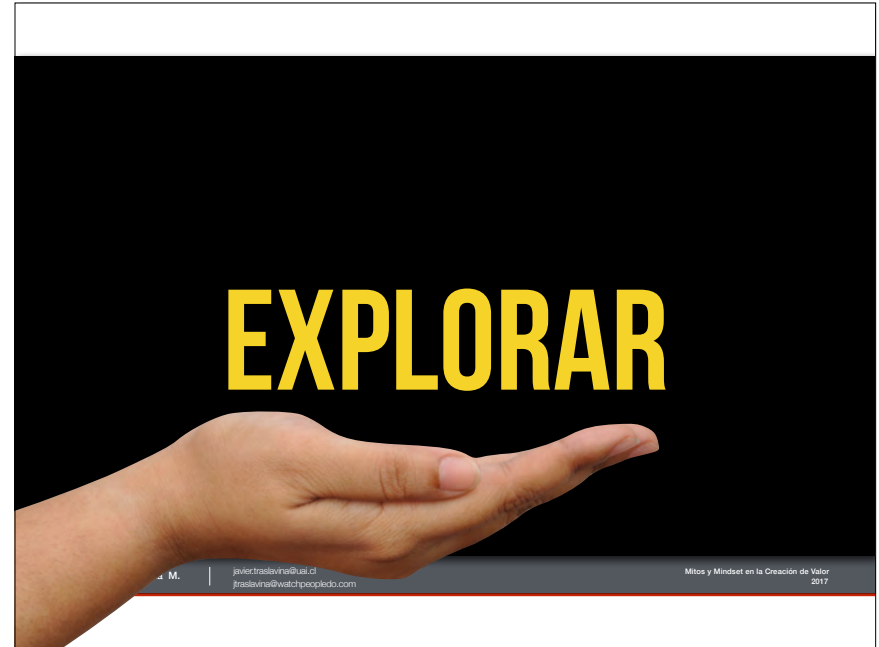


*Se necesitan  
buenos  
intérpretes...*





No son las “empresas” las que hacen (o no) innovación (o resuelven un problema)...  
**son las personas...**



Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

# MINDSET...

The Process of Design Squiggle by Damien Newman, Central Office of Design

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

## Engineering by Design

iUAI DESIGN ENGINEERING CENTER  
UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

The Process of Design Squiggle by Damien Newman, Central Office of Design

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

## ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?

iUAI DESIGN ENGINEERING CENTER  
UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO


Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017



# A ENAMORARSE DEL PROBLEMA Y NO DE LA IDEA...


(Ury Levine)




**iUAI** DESIGN ENGINEERING CENTER  
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE LAGOS

The Process of Design Squiggle by Damien Newman, Central Office of Design

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017



# “No importa lo que usted HACE sino lo que usted **SABE**” ...

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

¿cómo lo interpreto?



# SEGURIDAD... CONECTIVIDAD... ESPACIO... INTEGRACIÓN... TECNOLOGÍA... ETC.

Fuente: Problem Solving, Human-Centered Design, and Strategic Processes  
Paul Brest, Nadia Roumani, and Jason Bade

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

Desde "otro" punto de vista...

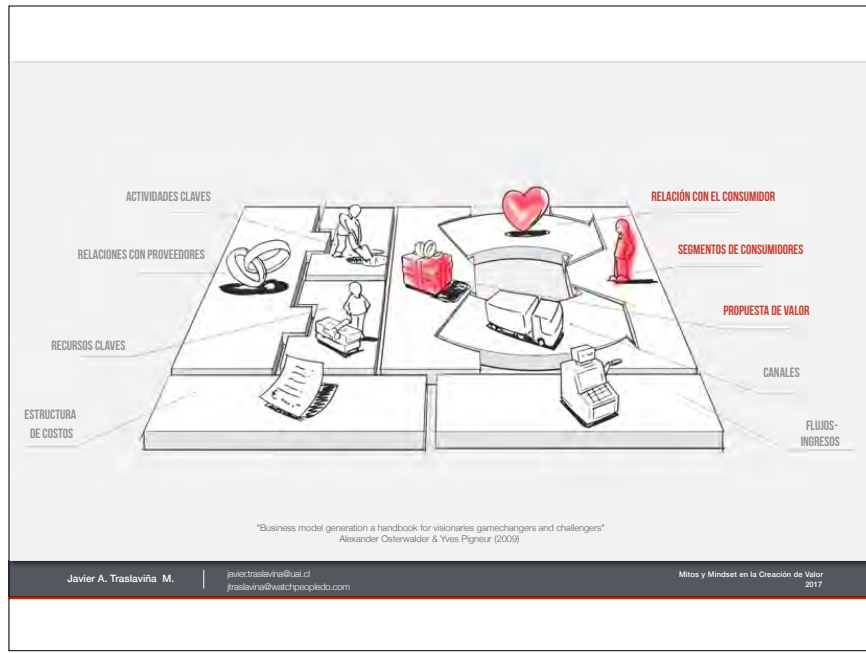


# SEGURIDAD... CONECTIVIDAD... ESPACIO... INTEGRACIÓN... TECNOLOGÍA... ETC.

Fuente: Problem Solving, Human-Centered Design, and Strategic Processes  
Paul Brest, Nadia Roumani, and Jason Bade

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

# EL VALOR DEL CONCEPTO...



# CREACIÓN, GESTIÓN Y CAPTURA DE VALOR

*Percibido...*

"Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers"  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)

# EXPLOTAR V/S EXPLORAR

"Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers"  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)

ACTIVIDADES CLAVES

RELACION CON EL CONSUMIDOR

RECURSOS CLAVES

SEGMENTOS DE CONSUMIDORES

ESTRUCTURA DE COSTOS

INGRESOS

# EXPLORAR v/s EXPLORAR

"Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers"  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uij.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

ACTIVIDADES CLAVES

RELACION CON EL CONSUMIDOR

RECURSOS CLAVES

SEGMENTOS DE CONSUMIDORES

ESTRUCTURA DE COSTOS

INGRESOS

# EXPLORAR v/s EXPLORAR

Conocido...

Desconocido...

"Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers"  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uij.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

# "VALOR"

"Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers"  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)

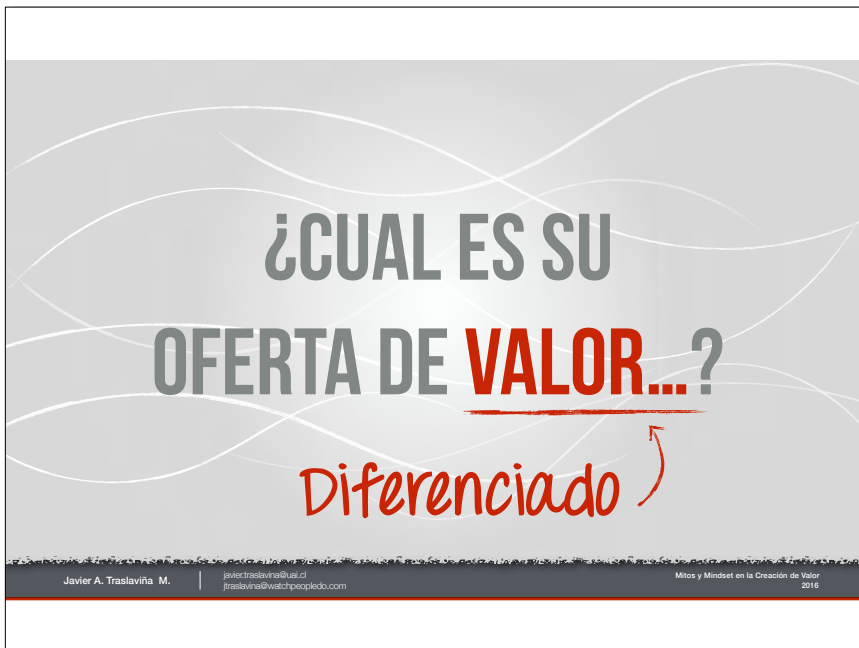
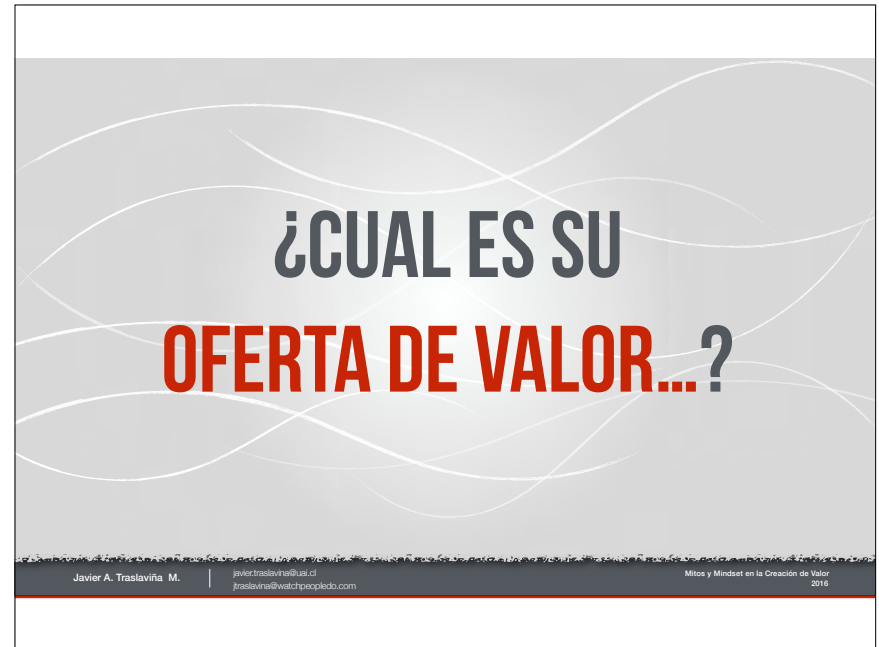
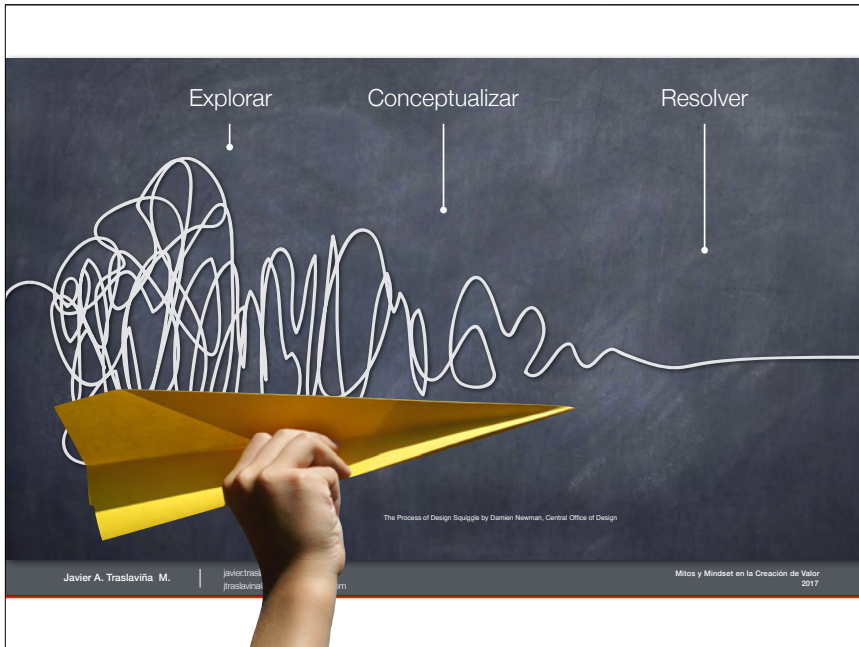
Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uij.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

# ¿Cómo?

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uij.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com

Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017





...USEMOS UNA **METÁFORA...**

“ **PAN** ”

“ **PAN** ”

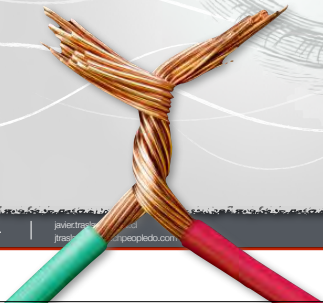
*Con una condición...*



**SÉPARE LA SOLUCIÓN  
DEL PROBLEMA...**

sin emitir juicios aún o de  
mejorarla... (ya será el momento)

# ¿Habilidades?



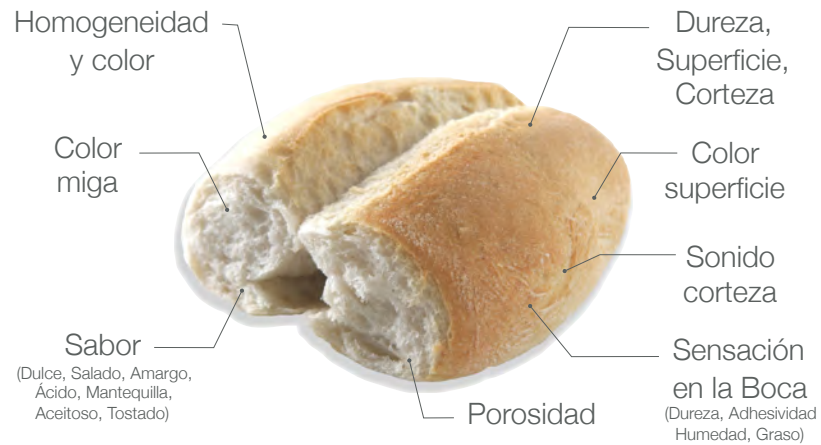
# EL VALOR DE RESIGNIFICAR...



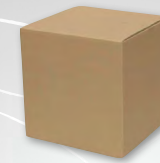
# “EXPERIENCIA”



# ¿CUÁL ES LA OFERTA DE VALOR...?



# ¿CUÁL ES EL “PROBLEMA” RESOLVER?



No la “idea” a proponer



## ¿CUÁL ES EL "PROBLEMA" RESOLVER?

Funcional      Emocional      Social

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2016

SOCIAL IMPACT: Self-transcendence

LIFE CHANGING: Provides hope, Self-actualisation

EMOTIONAL: Motivation, Belong, Affiliation/belonging, Wellness, Therapeutic value, Fun/entertainment, Attractiveness, Provides access

FUNCTIONAL: Saves time, Simplifies, Makes money, Reduces risk, Organizes, Integrates, Connects, Reduces effort, Avoids hassles, Reduces cost, Quality, Variety, Sensory appeal, Inform

Fuente: <https://hbr.org/2016/09/the-elements-of-value>

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

Homogeneidad y color

Color miga

Sabor (Dulce, Salado, Amargo, Ácido, Mantequilla, Aceitoso, Tostado)

Dureza, Superficie, Corteza

Color superficie

Sonido corteza

Sensación en la Boca (Dureza, Adhesividad, Humedad, Graso)

Porosidad

# TANGIBLES...

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uai.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

**Compañía**  
(Solo, Familia, Hijos, Trabajo, etc.)

**Momento**  
(Hogar, Once, Desayuno, Almuerzo, Temporal, etc.)

**Cocina**  
(Sola, Palta, Mantequilla, Sandwich, etc)

**Lugar**  
(Panadería, restaurant, supermercado, minimarket, etc.)

**Otros**

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uii.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uii.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uii.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017

Javier A. Traslaviña M. | javiertraslaviña@uii.cl | jtraslaviña@watchpeopledo.com | Mitos y Mindset en la Creación de Valor 2017



**¿CUÁL ES EL  
“PROBLEMA” QUE USTED  
ESTÁ RESOLVIENDO?**

¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo?  
¿Quién y cómo lo está resolviendo  
hoy (indirectamente)?

**...CUANDO... (¿?)  
“COMPRO” MI  
MARRAQUETA  
NECESITO... (¿?) PUES  
ASÍ PODRÍA... (¿?)**



# DARSE CUENTA

Como entrenamiento base...



# DARSE CUENTA

Como entrenamiento base...



# CIERRE

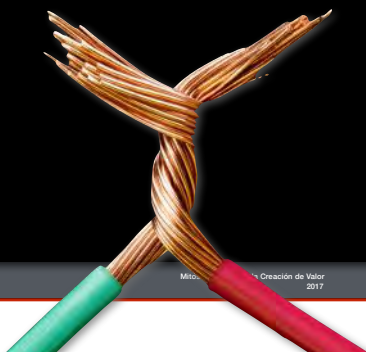


# ¿POR QUÉ?

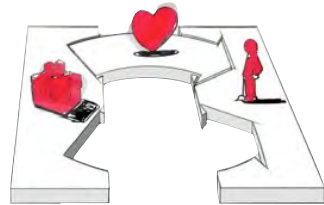


No podemos cambiar las cosas mirándolas desde la misma perspectiva y haciéndolas del mismo modo.

"To change something, build a new model that makes the existing model obsolete"  
R. BUCKMINSTER FULLER

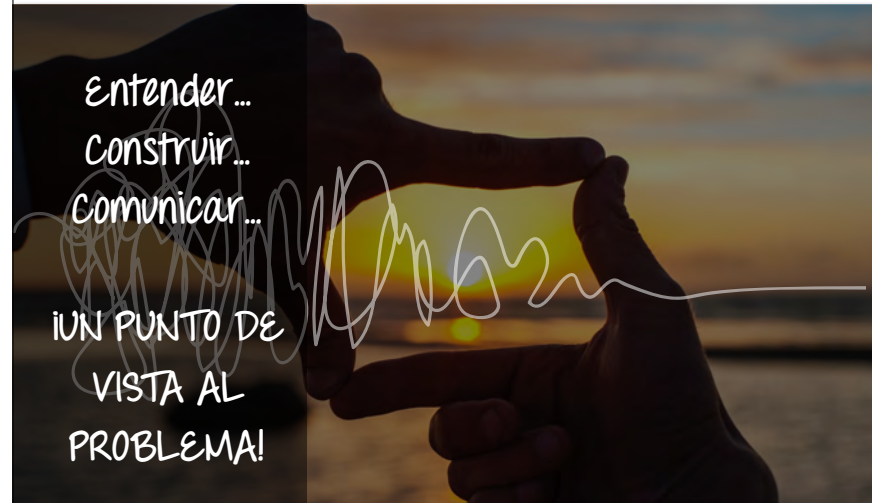






# “VALOR”

“Business model generation a handbook for visionaries gamechangers and challengers”  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2009)



Entender...  
Construir...  
Comunicar...  
UN PUNTO DE  
VISTA AL  
PROBLEMA!



# ¿Entonces?



# ¿A quién necesitamos?

i A buenos intérpretes!



i A buenos intérpretes!

