

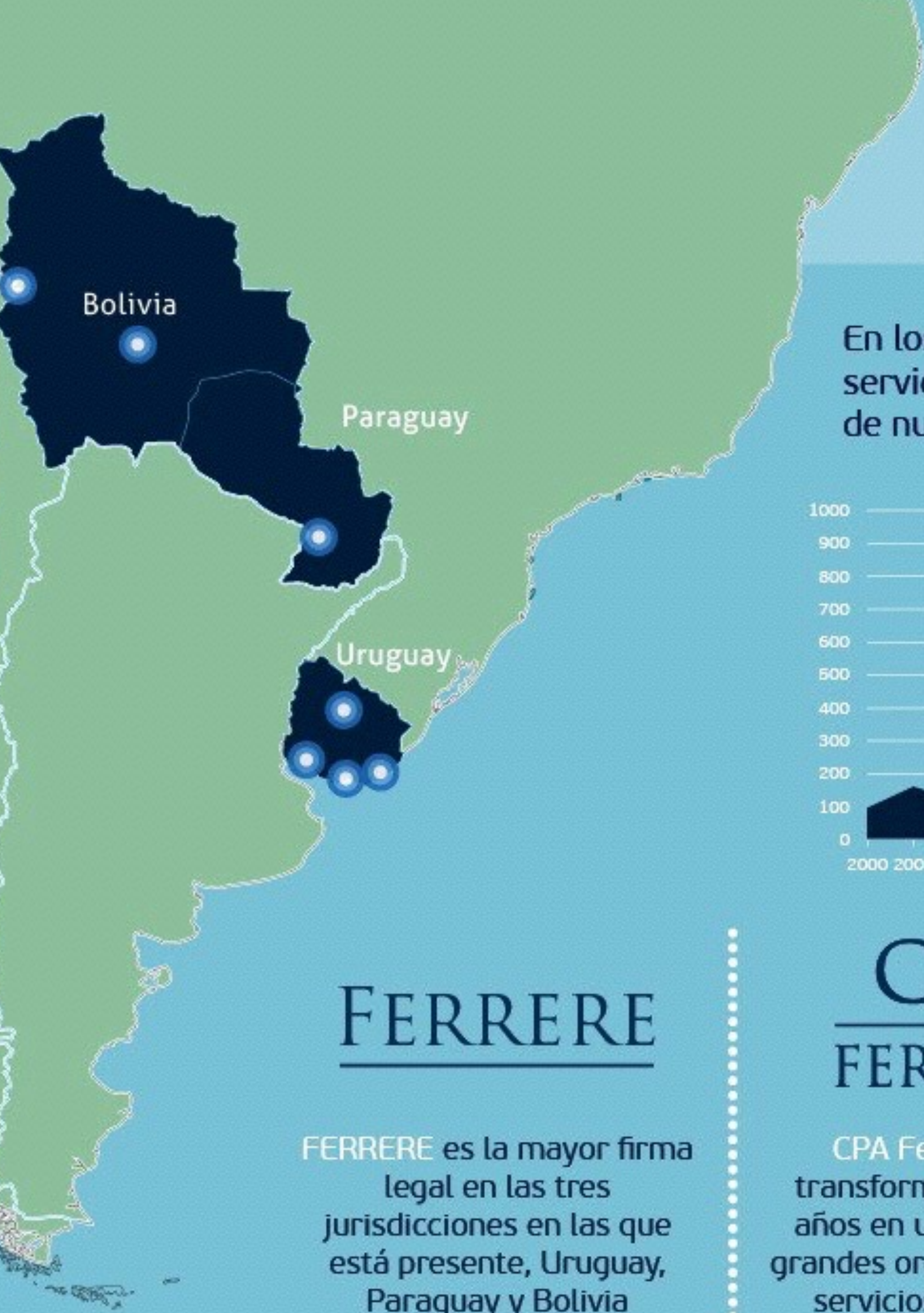
Innovación + BPM + Colaboración

Fomentando la Participación Ciudadana

@CPA Innovation - Fomentando la Participación Ciudadana



CPA INNOVATION
proven state of the art



NUESTRA VISIÓN

Ser la firma líder de servicios profesionales del Uruguay y una firma regional de primera línea.

En los últimos años hemos expandido nuestra oferta de servicios lo cual se tradujo en un crecimiento exponencial de nuestro volumen de negocios.



Evolución del personal



FERRERE

FERRERE es la mayor firma legal en las tres jurisdicciones en las que está presente, Uruguay, Paraguay y Bolivia

CPA FERRERE

CPA Ferrere se ha transformado en pocos años en una de las más grandes organizaciones de servicios contables y consultoría en el Uruguay. Posee oficinas en diferentes departamentos de Uruguay, Paraguay y Bolivia.

CPA Ferrere - inteligencia aplicada a su negocio



CPA INNOVATION

proven state of the art

CPA Innovation es una empresa dedicada a la prestación de servicios de alto valor añadido en Tecnologías y Sistemas de Información (TI/SI) en las áreas de Consultoría, Desarrollo, Soporte técnico e implementación y Formación.



La innovación no es una actividad, es una estrategia integrada de toda nuestra organización.

CPA INNOVATION

¿Como podemos ayudarlo?

INNOVACIÓN

Basada en principios Lean

Trabajamos en implantar en nuestros clientes la Innovación Orgánica basada en tecnología, entendida como la capacidad de agregar valor al producto o proceso a bajo costo, en pequeños intervalos de tiempo y con la seguridad de que puedo en cualquier momento quedarme con la versión actual y obtener todo el valor acumulado hasta ahí.

AUTOMATIZACIÓN

Operación = Valor

Nuestra oferta consigue lograr un mayor desarrollo tecnológico y acelerar los procesos, Nuestros servicios incluyen herramientas propias y de nuestros socios de negocio pensadas para facilitar el funcionamiento de tu empresa. Sabemos cuales son tus problemas y te ofrecemos soluciones.

CONSULTORÍA

Una concepción integral

La consultoría es el pilar principal de cualquier proyecto, permite entender, poner en funcionamiento y aprovechar soluciones basadas en tecnologías establecidas o emergentes y gestionarlas en el día a día de la organización. Por eso junto con CPA Ferrere ofrecemos servicios integrales que contemplan el negocio y la tecnología.

“Concebimos la Innovación como un Proceso mediante el cual aplicando la Creatividad, Experiencia y Tecnología, se consigue desarrollar Valor para nuestros Clientes, logrando la percepción en los Usuarios Finales de sus servicios, de que están ante algo Nuevo y Atractivo.”

Conceptos Involucrados

INNOVACIÓN



Proceso mediante el cual aplicando la creatividad se consigue desarrollar un producto o mejorar uno existente, consiguiendo que la gente lo perciba como algo nuevo o diferente a lo que ya conocían.

Buscar siempre las soluciones percibidas como mejores por el destinatario.

BPM



Conjunto de metodología y herramientas que dan soporte a todo el ciclo de vida de un proceso. Permite trabajar juntos de manera estructurada y colaborativa en todo el ciclo de vida, lo que los diferencia de otros enfoques posibles para automatizar la innovación.

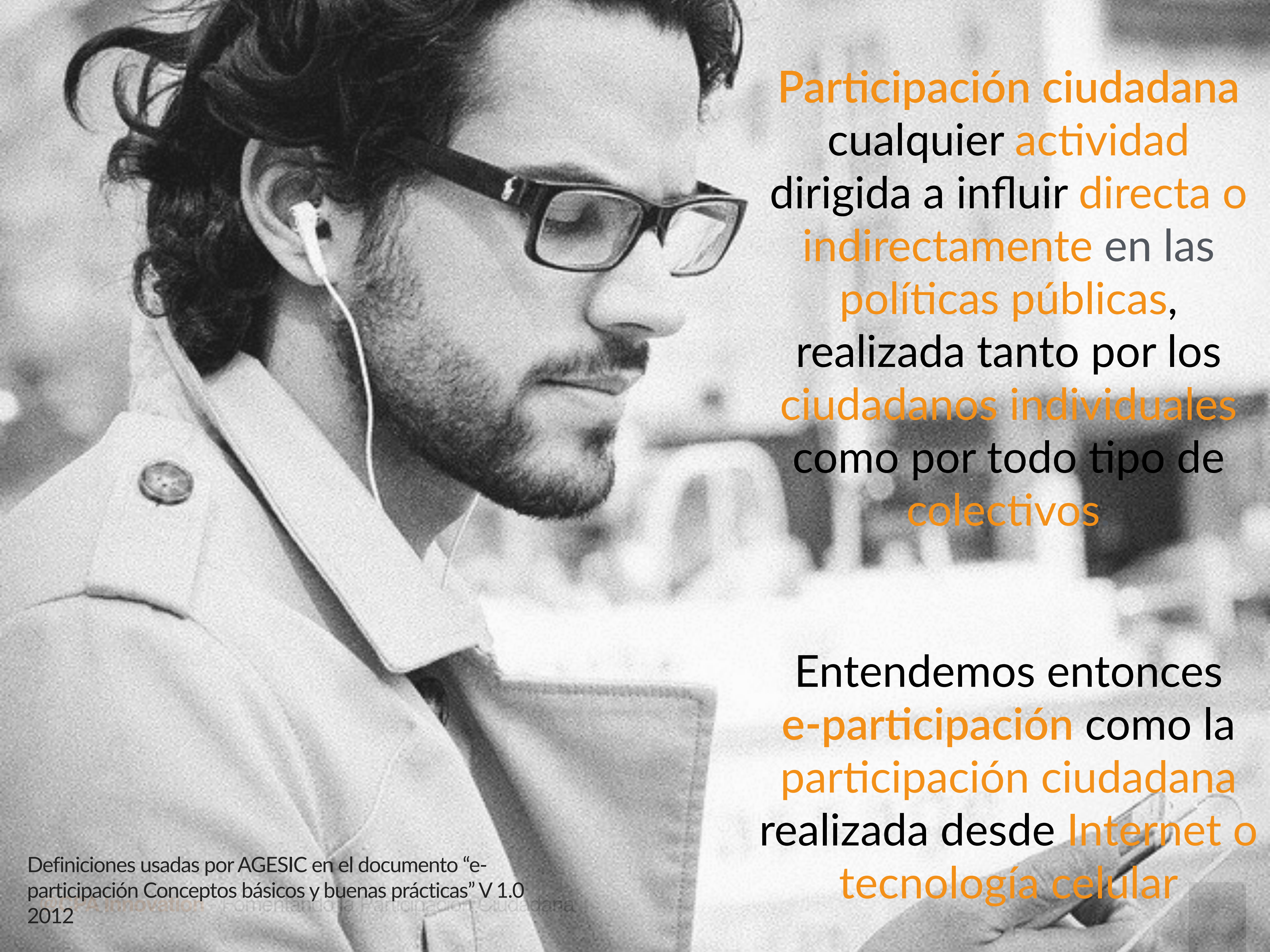
Hacerlo de manera metódica y procedural.

COLABORACIÓN



Herramientas pensadas para potenciar las capacidades innovadoras de las personas involucradas en una tarea común, con el objetivo de alcanzar los objetivos definidos en la misma.

Facilitar la participación de todos los involucrados fomentando la creatividad y la comunicación.



Participación ciudadana
cualquier actividad
dirigida a influir directa o
indirectamente en las
políticas públicas,
realizada tanto por los
ciudadanos individuales
como por todo tipo de
colectivos

Entendemos entonces
e-participación como la
participación ciudadana
realizada desde Internet o
tecnología celular

Niveles e-Participación

Existen varias formas diferentes para clasificar a la participación ciudadana y de forma análoga, a la e-Participación.

INFORMATIVA

Representa el grado más básico de participación. Consiste en un flujo unidireccional de información al público; la ciudadanía, y cumple con la función de transparentar los procesos de toma de decisiones.

CONSULTIVA

Es aquella implementada con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones por parte de las autoridades, poniendo a su disposición las preferencias o recomendaciones planteadas por la ciudadanía. Son procesos de participación no vinculantes, o sea, donde el ciudadano propone u opina, pero no tiene la potestad de decidir.

RESOLUTIVA

Es aquella que opera a partir de la aceptación por parte de las autoridades del carácter vinculante de la participación ejercida por los ciudadanos. Para esto, se deben definir procedimientos que aseguren que las preferencias de los ciudadanos se verán reflejadas en las decisiones.

Presupuesto Participativo IMM 2013 Municipio E

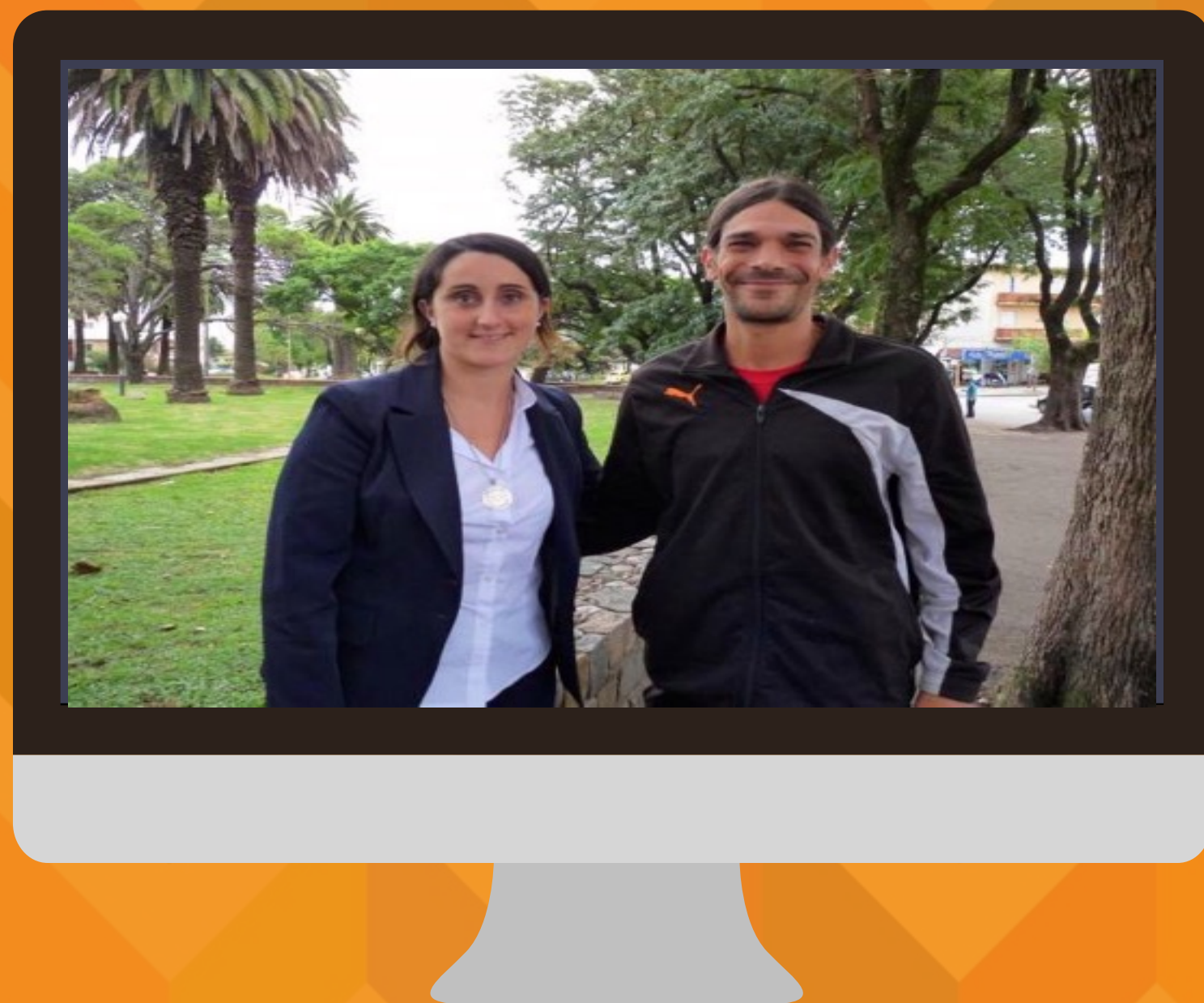
Plaza de los Olímpicos Acondicionamiento Integral

COSTO ESTIMADO: \$U 2.500.000

CANTIDAD DE VOTOS: 559

DIRECCIÓN: Av Colombes esquina Verdi

PROPONENTE: María José Mesa y Santiago Pereira: “Cambiar el espacio donde vivís”



“... Nos informaron que cuando la propuesta sale ganadora, se pasa a Arquitectura y ellos analizan como realmente hacerla efectiva, y en caso de que algo no entrara en el presupuesto o quedara de otra manera por una cuestión de lineamientos o técnico, se nos iba a hacer conocer. Se va hacer todo en conjunto desde la parte técnica hacia los proponentes.”



“BUSCA TUS SUEÑOS. PERO PRIMERO DEFINELOS”.
Anónimo.

Innovación

Del problema

al DESAFIO

CREATIVO

Buscamos hallar nuevas respuestas y caminos para problemas reales y de fondo, que deben resolver en conjunto el gobierno y la ciudadanía y que no logra hacerlo a través de los procesos habituales.

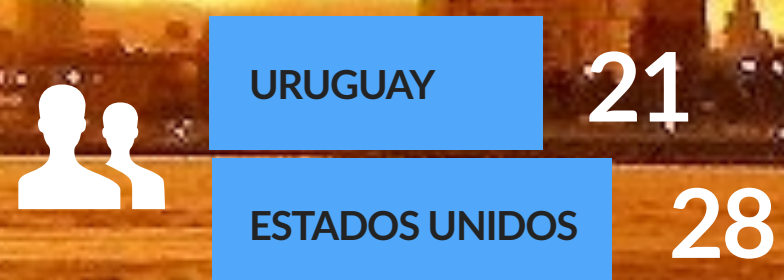
A través de diversas técnicas y actividades avaladas por la neurociencia, los recursos humanos participantes de cada desafío son estimulados para buscar muchas posibles respuestas al desafío creativo.

CONECTIVIDAD

por cada 100 personas:



INTERNET FIJO:



INTERNET:



TELEFONOS CELULARES:



1.500.000 usuarios:

de Redes

Sociales

en Uruguay

07-2014

78%

de los usuarios de internet usan
redes sociales en Uruguay

- 99% de los usuarios de redes son usuarios de Facebook
- 13% de Twitter
- 4% de LinkedIn

1. Pronto Uruguay estará 100% conectado a Internet.
2. La mayor parte de esa conectividad va a ser móvil.
3. El uso mas extendido serán las redes sociales y sistemas de mensajería.



La ciudadanía estará entonces en ese ámbito y será su medio de comunicación usual y preferente y es ahí donde queremos fomentar la participación.

Equipo de Innovación



INTEGRANTES

El equipo de innovación IDEAL tendrá entre 15 - 18 participantes de diferentes perfiles y debe mantener la siguiente composición:

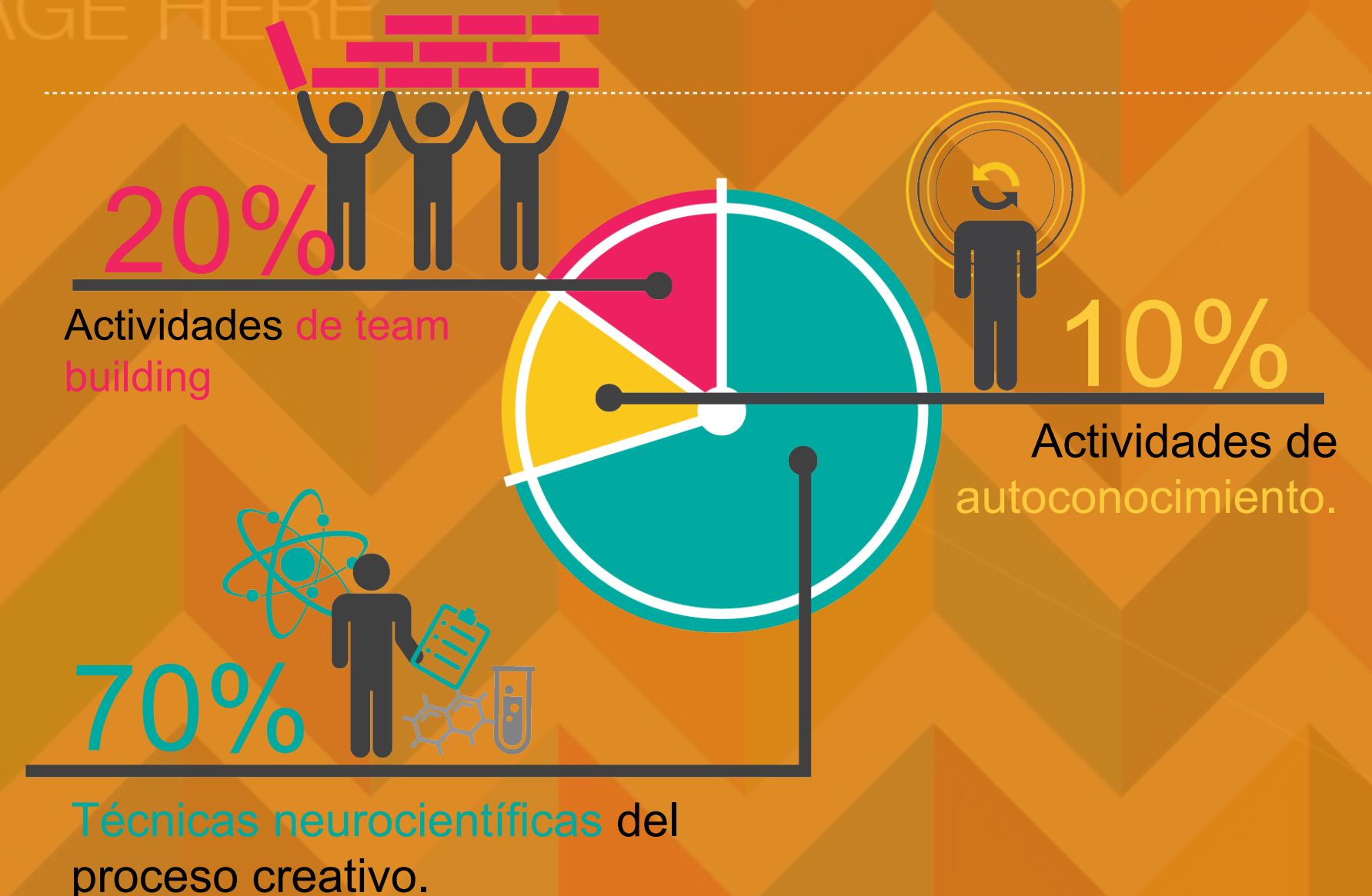
- 40% de participantes del gobierno y mas específicamente de las áreas técnicas, administrativas, políticas y otras involucradas. Estas personas deberán estar entrenadas en procesos y técnicas de innovación.
- 40% de la ciudadanía que estén dispuestos a dedicar tiempo e intelecto para encontrar soluciones innovadoras al desafío planteado.
- 20% de organizaciones no gubernamentales interesadas en el proyecto y que representen intereses en los posible de los que no están directamente involucrados en el equipo de desafío.

Todo el proceso debe ser guiado por expertos en innovación que quien y moderen durante el proceso para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

Esto permite combinar la experiencia y la necesidad de resultados por parte de un área específica, con la mirada disruptiva de los participantes de otras áreas.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

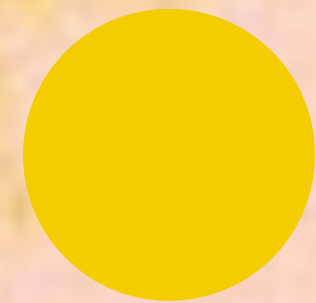
DRAG IMAGE HERE



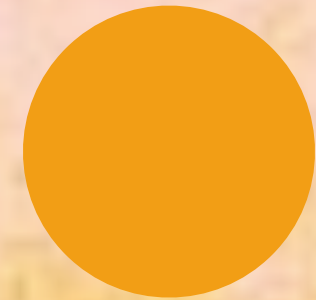
Equipo de Innovación II



Las 5 Habilidades del Innovador



ASOCIACIÓN



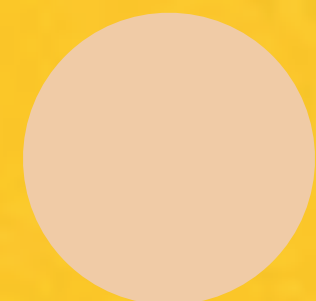
CUESTIONAMIENTO



OBSERVACIÓN



RELACIONAMIENTO



EXPERIMENTACIÓN



Proceso de Innovación



PROCESO DE INNOVACION



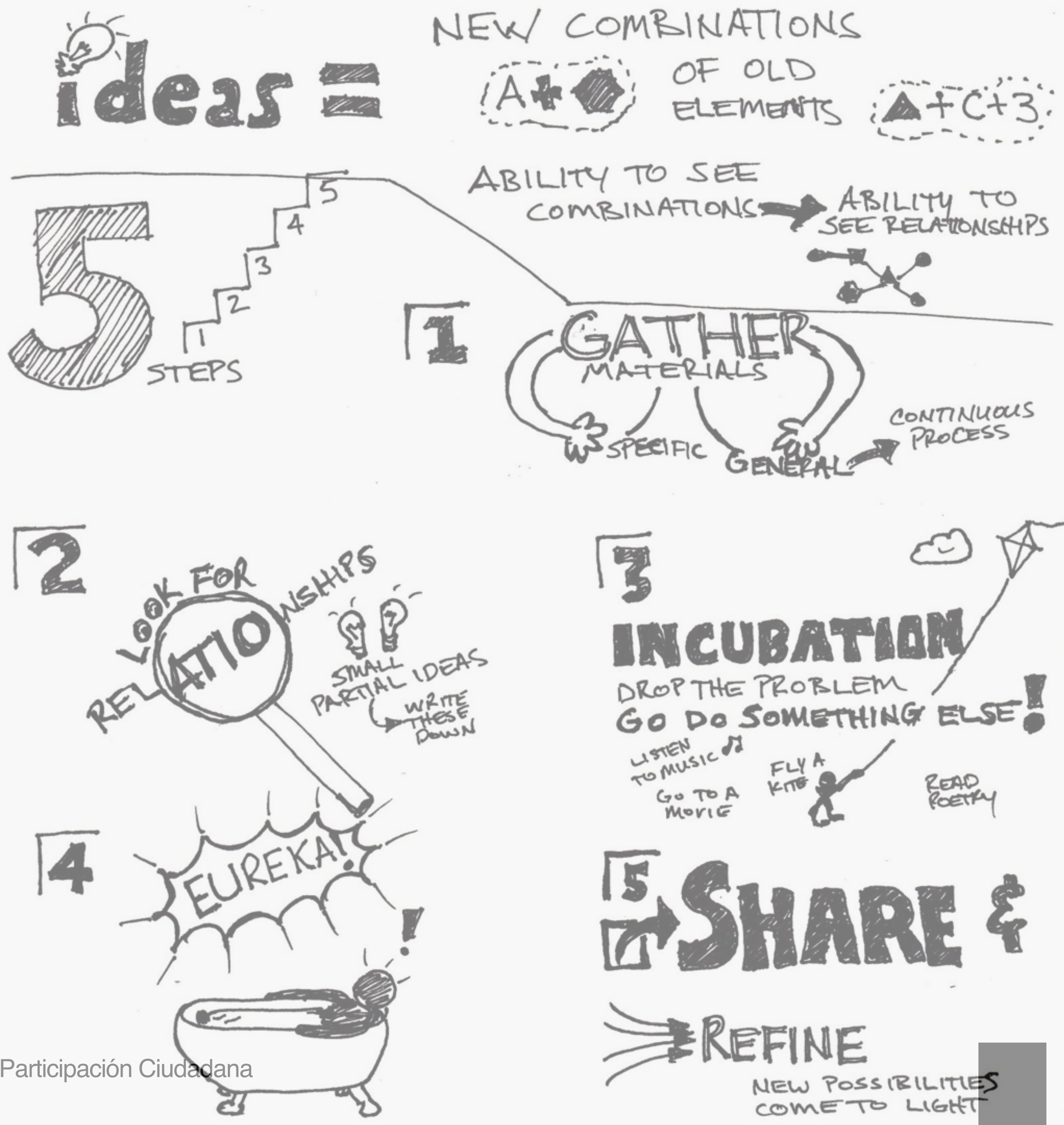


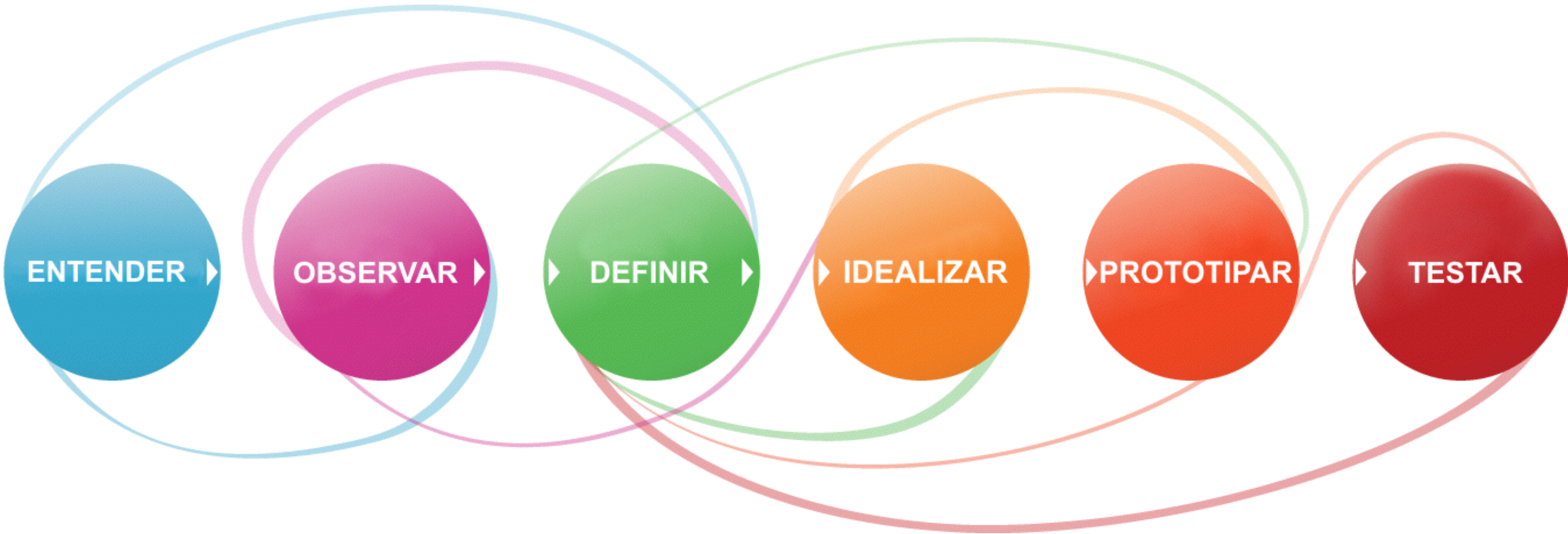
1939

A TECHNIQUE FOR PRODUCING IDEAS

James Webb Young

@CPA Innovation - Fomentando la Participación Ciudadana





1991

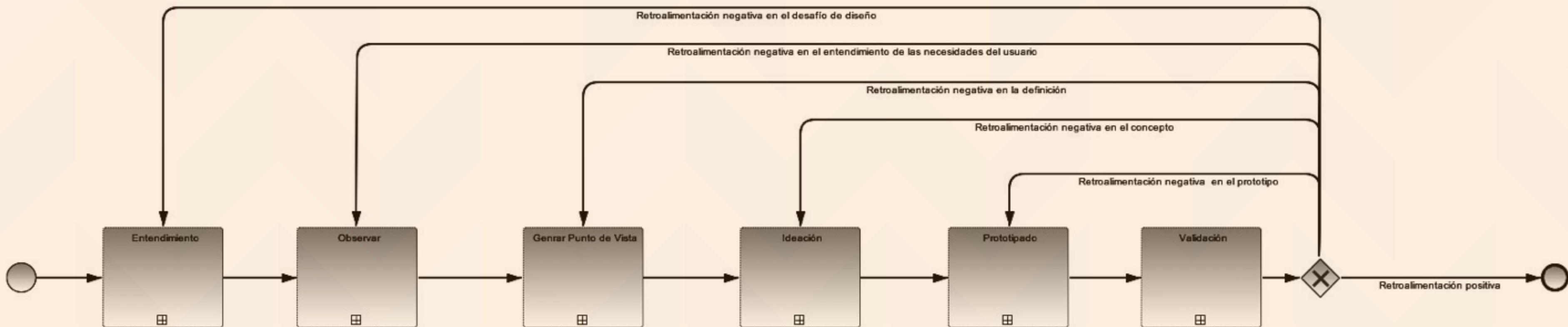
DESIGN THINKING

David M. Kelley - Stanford / IDEO
(Idea original es de 1969 de
Herbert A. Simon)

@CPA Innovation - Fomentando la



Automatizando la Innovación con BPM





El proceso comienza con una sesión de información, que es proporcionada por un cliente (real o imaginario). Por lo general, esta es una descripción muy general de un tema o problema del área específica, pero sin establecer cuál es el problema real.

Dado que los miembros del equipo supuestamente no son expertos en el área respectiva, el objetivo de la primera etapa del proceso es "convertirse en un experto".

Esto quiere decir, todos los miembros del equipo tratan de reunir toda la información sobre el tema, como sea posible. Esto se logra a través de la investigación secundaria, tales como Internet, prensa, TV, o investigación en libros, datos, estadísticas e historias de fondo se recogen y comparten entre el equipo.

El segundo paso tiene por objeto reunir puntos de vista de los usuarios potenciales.

A través de la investigación cualitativa del equipo recoge datos sobre los usuarios y trata de interpretar esos.

El objetivo de este paso es no preguntar a los clientes sobre sus necesidades directamente ya que por lo general, los usuarios no son conscientes de los inconvenientes o necesidades que puedan tener. Por lo tanto, el equipo tiene que identificar las necesidades, sobre la base de observaciones y entrevistas.



El tercer paso es el más complejo y complicado. El objetivo es definir un denominado Punto de vista (POV) - una especie de micro-teoría sobre el área del problema y las necesidades de los usuarios.

El camino hacia esta POV implica varios sub procesos:

- El equipo comienza con la narración, lo que significan los puntos de vista de la investigación se comparten entre el equipo.
- Entonces, estas ideas se agrupan de acuerdo a los temas específicos, con el fin de identificar los patrones.
- Durante la síntesis estos conocimientos se condensan en un marco visual (tal como una matriz de 2 por 2, un diagrama de Venn, o un mapa causal), o en una persona relacionada con el usuario (podría ser un perfil de carácter, un usuario-viaje , o un escenario de uso).
- Esto se transforma entonces en el Punto de Vista, que es generalmente una descripción verbalizada del problema específico identificado y contiene una micro-teoría acerca de las necesidades del usuario.

A partir de allí, se genera una pregunta que dispara una lluvia de ideas, que aborda precisamente esta necesidad del usuario.

La cuestión de intercambio de ideas por lo general comienza con "¿Cómo podríamos ...?", Para desencadenar una generación de ideas orientadas solución.

En la fase de ideación, las ideas se generan utilizando técnicas de lluvia de ideas clásicas. Estos se agrupan de acuerdo a diferentes criterios, como las ideas 'realista', las ideas 'salvajes', o las ideas de más útiles.

El equipo decide por votación entonces, que idea o que se quiere desarrollar.



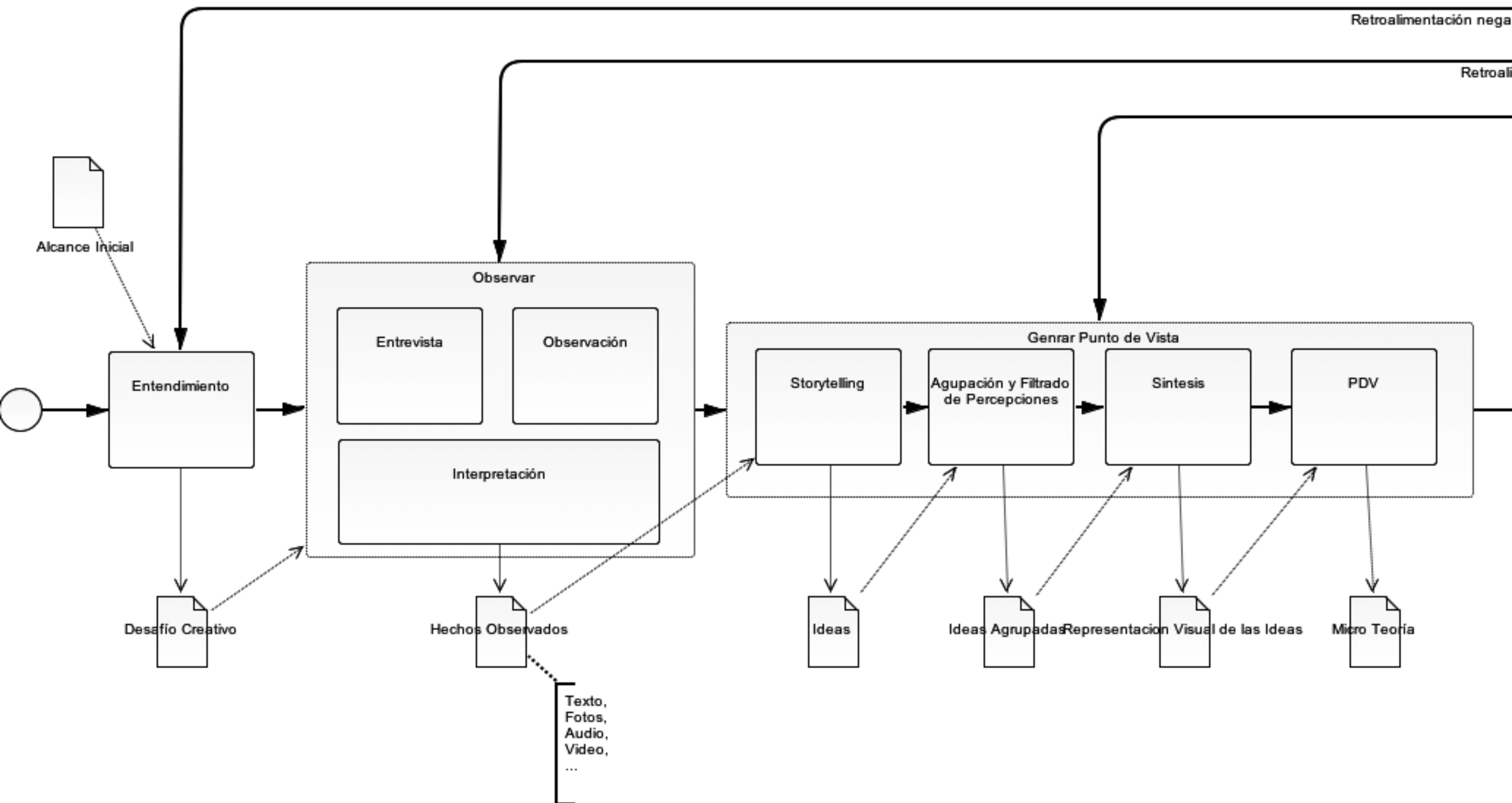
Esta idea es luego construida como un prototipo, que podría ser un modelo físico, sino también un vídeo o un juego de rol (por conceptos de servicio), o un papel-prototipo o una simulación interactiva (para aplicaciones digitales).

El prototipo debe ser capaz de comunicar el concepto, con el fin de probar la idea. Esto se consigue mostrando el prototipo a los usuarios potenciales o para otros grupos de interés. Su retroalimentación puede ser utilizada para iterar el prototipo o para mejorar el concepto. La iteración puede ser ejecutada varias veces, hasta que la respuesta de los usuarios es positiva.

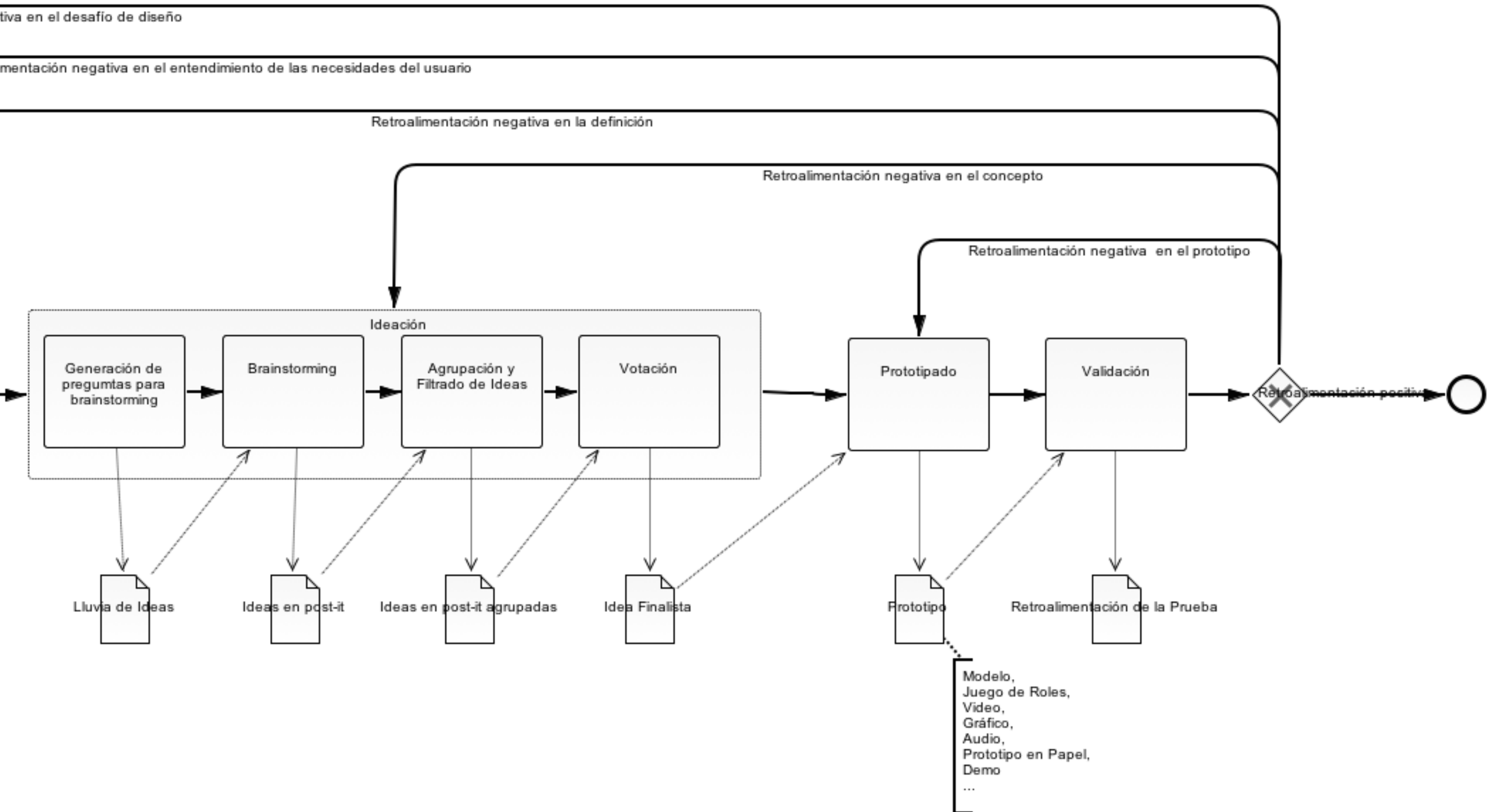
Cada instancia del proceso puede tener asociada su información estructurada y no estructurada.



Parte 1: Innovación + BPM



Parte 2: Innovación + BPM



¿Donde entra la creatividad?

Ya tenemos la parte procedural que nos da el BPM y esto deja sentado el marco que fomente un proceso de innovación, ahora en cada una de las actividades de este proceso deben aplicarse técnicas que fomenten la creatividad y que permitan utilizarla para encontrar las mejores soluciones,

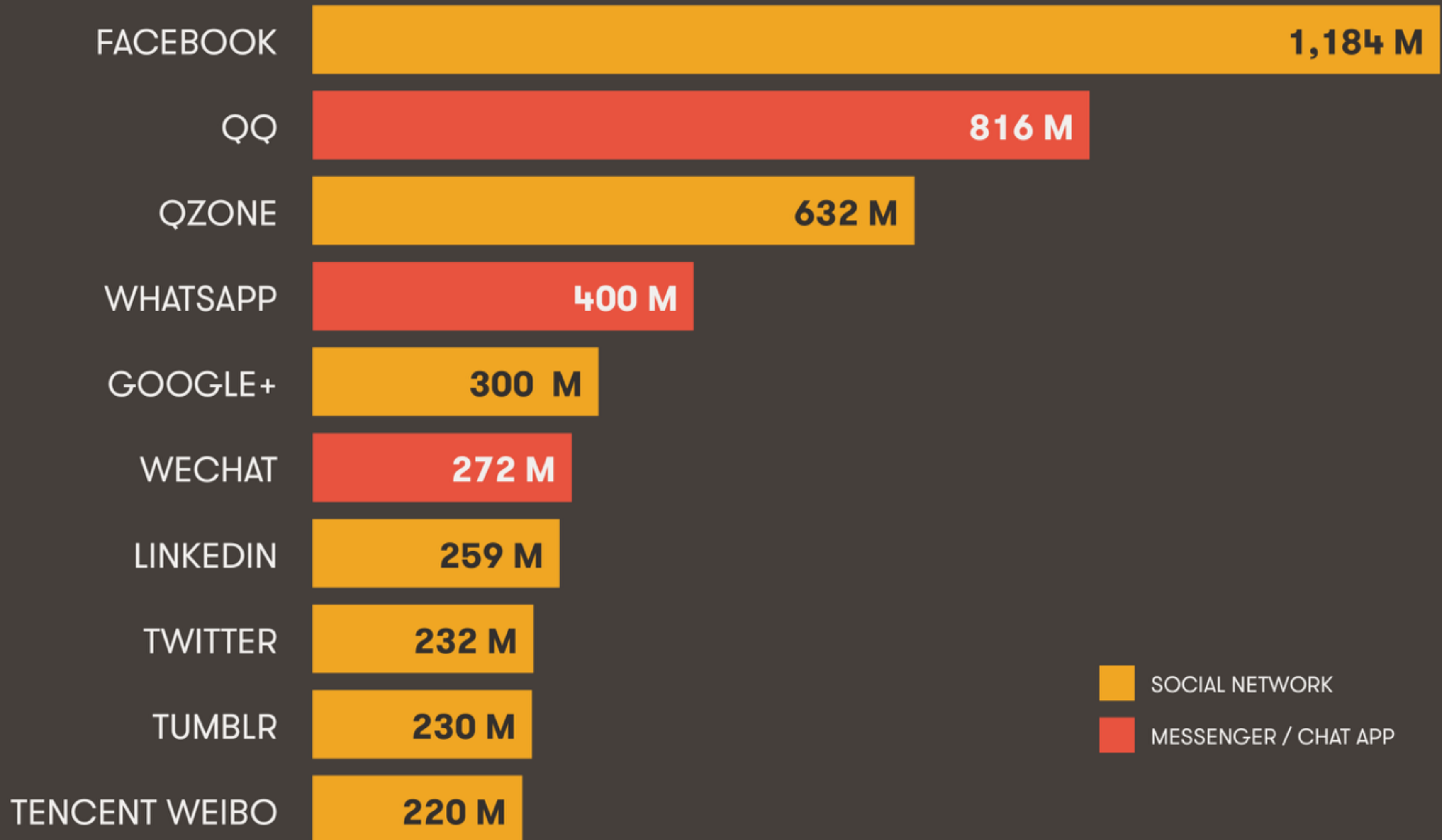
Las redes sociales además de facilitar la comunicación y el trabajo colaborativo, permiten desarrollar aplicaciones que ayuden a crear hábitos creativos, propiciando así ejercitar “músculo creativo” y también facilitar sesiones de creatividad enfocadas a la resolución de problemas.

Para ello:

- Se pueden crear apps con desafíos creativos, los usuarios podrán comentar cada desafío con la gente que quisiera desde dentro de la aplicación, e incluso podrán subir nuevos enigmas por ejemplo en forma de texto y cadena de imagen.
- Los usuarios pueden tener una reputación de creatividad. Mediante juegos de dificultad creciente) y mediante técnicas de gamificación, que permitan crear un perfil para cada usuario con medallas y sobre todo con seguimiento de sus avances.
- Se pueden técnicas de training (estilo nike running o runtastic) para potenciar el seguimiento de manera anónima y fomentar la creación de rutinas, las que favorecen la creatividad y no van en su contra según se cree.
- Se podrán lanzar sesiones especiales que podrían ser replicadas tantas veces como se deseara, con lo que por ejemplo una sesión de brainstorming se realizaría en todo el mundo o con determinadas personas de una compañía en grupos pequeños de manera paralela y luego fusionar los datos para obtener las mejores ideas.
- Durante las sesiones , cuando decaigan las ideas aportadas o cada X tiempo se lanzaran retos/técnicas que estimulen la creatividad.

**JAN
2014**

ACTIVE USERS BY SOCIAL PLATFORM



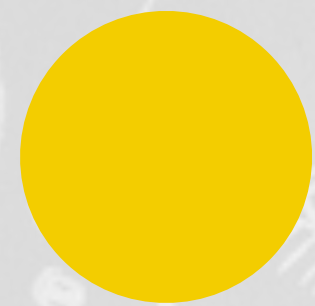
Tipos de Redes Sociales



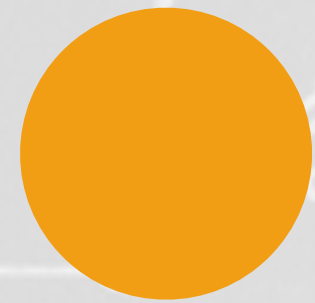




Innovación + BPM + Colaboración



ASOCIACIÓN



CUESTIONAMIENTO



OBSERVACIÓN



RELACIONAMIENTO



EXPERIMENTACIÓN



Estado Cerebral Receptivo

Se pueden incluir lectores de ondas cerebrales que permitan hacer un mapeo de las ondas del cerebro del usuario durante las fases de creatividad. Esta información se enviarían al móvil, o a un servidor que podría hacer un expediente para cada uno de los usuarios, para evaluar el avance en las capacidades creativas. Realizandose así una monitorización del usuario.

Mediante la monitorización, podríamos determinar cuando y donde el usuario debería mejorar o potenciar su creatividad. De esta manera, se podrán mostrar en un mapa los avances y donde los ha realizado a lo largo del tiempo y extraer patrones de comportamiento, pudiendo evaluar también las técnicas utilizadas.

Estudios recientes parecen confirmar que los estados Alpha y Theta producen efectos positivos como un mayor control mental, sensación de bienestar y aumento de la productividad y la creatividad. Los estados se relacionan con los procesos de razonamiento activo, prestar atención, enfocarse en el mundo exterior o resolver problemas concreto.

- Ritmo Beta (alerta máxima, vigilia, accionar, solucionar problemas, toma de decisiones)
- **Ritmo Alfa (relajación, creatividad consciente, meditación no profunda)**
- **Ritmo Theta (aún despiertos pero con mucha calma y alta receptividad para percepciones)**
- Ritmo Delta (hipnosis, sueño profundo, meditación profunda)
- Ritmo RAM-ALTA (estrés y confusión) Ritmo muy elevado y de alto voltaje

“POCA OBSERVACIÓN Y MUCHAS TEORÍAS LLEVAN AL ERROR. MUCHA OBSERVACIÓN Y POCAS TEORÍAS LLEVAN A LA VERDAD”

Alexis Carrel - Premio Nobel Medicina

CARACTERÍSTICAS:

- ATRACCIÓN POR LA NOVEDAD
- JUICIO POSTERGADO (O CANCELADO)
- DESINHIBICIÓN COGNITIVA

BENEFICIOS:

- DETECTAR COSAS NUEVAS (PROPIAS Y DEL EXTERIOR)
- RELACIONAR ESTÍMULOS QUE NOS RODEAN CON EL PROBLEMA
- MÁS RECEPTIVOS A LA INFORMACIÓN DEL INCONSCIENTE

FORMAS DE ACCEDER:

- INTENCIONALMENTE: EJERCICIOS Y/O MEDITACIÓN
- SUEÑO LIGERO (ADORMECIDO)
- PREDISPOSICIÓN GENÉTICA

2011 - WORLD'S FIRST MOBILE BRAIN SCANNER WITH A NOKIA N900

Conversation



Gracias por su atención

siganos en [@CPAINnovation](#)

CPA Innovation

Juncal 1392

Montevideo - Uruguay

+(598) 29001000

www.cpainnovation.com

contacto@cpainnovation.com