



Estrategia de desarrollo local incluyente OVOP Colombia
Documento metodológico #03

Guía para la Ideación de Producto

Febrero 2020
Versión 1



Equipo

SENA

CARLOS MARIO ESTRADA MOLINA
Director General

ADRIANA MARÍA COLMENARES MONTOYA
Directora de Promoción y Relaciones
Corporativas

HERNÁN DARÍO FUENTES SALDARRIAGA
Director de Empleo y Trabajo

FARID DE JESÚS FIGUEROA TORRES
Director de Formación Profesional

EDGAR ADRIÁN ZAMBRANO TAMAYO
Coordinador Nacional de Relaciones
Internacionales y Promoción

CARLOS ARTURO GAMBA CASTILLO
Coordinador Nacional de Emprendimiento

CLAUDIA ROJAS RIVERA
Coordinadora Grupo de Gestión Curricular

CARLOS DARÍO MARTÍNEZ PALACIOS
Coordinador Grupo de Ejecución de la
Formación

OVOP

TOSHIHIKO MATSUKI
Asesor Principal

EIJI EGUCHI
Asesor de Desarrollo Local / Fortalecimiento
de Colaboración Interinstitucional

YUKIKO HANEDA
Apoyo para capacitación de instructores

SANDRA RODRÍGUEZ TORRES
Asesora de Seguimiento y Monitoreo

DIANA MARCELA RODRÍGUEZ HERRERA
Asesora de Desarrollo Local

JAIME ALBERTO PERDOMO PACHECO
Asesor de Desarrollo Local

YADIRA ELIANA CRUZ
Asesora de Desarrollo Local

SAYURI SALAMANCA
Asistente Administrativa



Contenido

1. Introducción	1
2. Objetivo General	2
3. Objetivo Específico	2
4. Conceptos.....	2
4.1. <i>¿Qué es la Idea?.....</i>	<i>2</i>
4.2. <i>Creación de valor</i>	<i>2</i>
4.3. <i>Amplia variedad y bajo volumen.....</i>	<i>4</i>
5. Condiciones previas del taller	5
6. Desarrollo del taller	6
<i>Objetivo del taller:.....</i>	<i>6</i>
6.1. <i>Parte I: Introducción.....</i>	<i>6</i>
6.2. <i>Parte II: Semillas de ideas</i>	<i>7</i>
6.3. <i>Parte III: Idea de Producto.....</i>	<i>9</i>
6.4. <i>Parte IV: Conclusión y cierre del taller</i>	<i>11</i>
7. Experiencias OVOP	11
7.1. <i>Agenda y resultados esperados</i>	<i>12</i>
8. Encuesta de percepción	13
9. Bibliografía	14
10. Anexos	15

1. Introducción

El desarrollo, está referido al proceso de cambio y crecimiento que tiene un territorio en términos económicos, sociales, culturales y ambientales, es decir, los procesos que están estrechamente vinculados con un mejoramiento de las condiciones de vida de las personas o sus oportunidades para mejorarlas.

En este sentido, la propuesta desde el enfoque OVOP es generar procesos de desarrollo endógeno, el cual consiste, en la identificación, descubrimiento o redescubrimiento de la potencialidad del territorio, en términos culturales, sociales, ambientales, arquitectónicos, productivos, turísticos, etc., como elementos que puestos en valor reactivan la economía local, permitiendo una sostenibilidad social, cultural y económica de las personas en su territorio.

Este tipo de desarrollo se construye atendiendo a una dinámica endógena ascendente, donde los diferentes agentes públicos, privados y comunitarios, participan, concertar y dialogan sobre la base de los recursos disponibles en el territorio, una visión de territorio compartida, realizando acciones conjuntas con el fin de realizar un aprovechamiento eficiente y sustentable de los recursos existentes.

Para lo anterior, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA con el apoyo de Agencia Cooperación Internacional del Japón JICA, han diseñado una metodología para la implementación de OVOP en los territorios, la cual se fundamenta en una serie de pasos distribuidos en 4 fases. Para el desarrollo de cada uno de los pasos, se han elaborado una serie de guías y herramientas que soportan la ruta metodológica y detallan actividades puntuales para su puesta en marcha.

En esta guía se explicarán las actividades a realizar en el paso (2.2) Ideación de Producto, contenido dentro de la fase de Creación de valor de la ruta metodológica, la cual busca que, mediante un proceso participativo, se generen ideas, es decir, que la comunidad identifique posibilidades de producto a partir de los recursos disponibles en su territorio, los cuales deberán contribuir a la consolidación del sueño colectivo.

2. Objetivo General

Brindar a los interesados insumos conceptuales y metodológicos para la ideación de producto bajo el enfoque OVOP.

3. Objetivo Específico

Crear un espacio de innovación comunitario donde los participantes generen ideas de producto a partir de los recursos existentes en territorio.

4. Conceptos

4.1. ¿Qué es la Idea?

La idea es un medio de entregar un pensamiento, una manera o una experiencia nueva a la gente y ese algo nuevo es esencial y requisito.

La generación de una idea no es para solo los profesionales ni los especialistas sino, cualquier persona puede generar la idea. Sin embargo, para generar una idea es necesario preparación.

*“La suerte solo favorece a la **mente preparada**” - Louis Pasteur -*

Una persona con la mente preparada, diariamente imagina una cosa concreta y profunda, piensa una cosa nueva con la combinación y acumula diversos conocimientos.

4.2. Creación de valor

Dentro del enfoque OVOP, el proceso de creación de valor es importante dado que conlleva a que las comunidades e instituciones reflexionen sobre cómo crear valor en los recursos disponibles en su territorio, es decir, es importante que los participantes creen y capturen valor, con el fin de lograr nuevos productos y servicios que potencien el desarrollo local de su territorio.

Para llegar a este momento es importante que las comunidades hayan realizado un inventario de sus recursos, los cuales como se mencionó en las anteriores guías, pueden ser tangibles e intangibles,

de igual forma pueden ser de tipo cultural, histórico, arquitectónico, productivo, ambiental, a los cuales mediante este taller le buscan agregar valor.

En este sentido, la comunidad debe identificar las posibilidades de crear valor o agregar valor. Crear valor significa, partir de 0 a 1, es decir, crear cosas nuevas desde cero, por otro lado, agregar valor, significa que se enfoca en mejorar cosas ya existentes, es decir, ir de uno en adelante, lo cual permitirá que las comunidades creen productos locales con impacto global, cumpliendo así uno de los principios OVOP.

Creación de Valor

0 → 1 Innovación

1 → 10 Valor agregado Mejoramiento

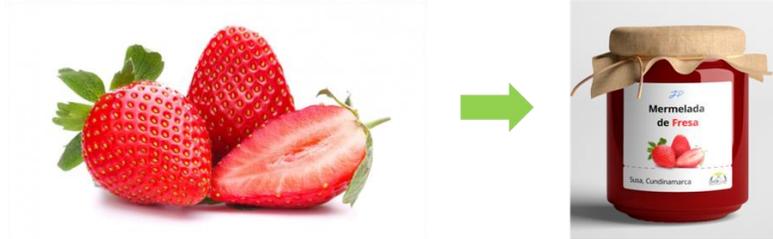
Innovación es un cambio que introduce novedades y que se refiere a crear un nuevo mercado de un producto elaborado por la combinación de un elemento existente con otro elemento diferente.

Estas se pueden dar en productos, servicios o procesos, la cuales permiten mejorar situaciones socio-económica de una comunidad.

En el municipio Susa, Cundinamarca, hay una piedra llamada Piedra colgada. Esta piedra existía desde hace mucho tiempo y los pueblos la conocía. Pero hasta ese momento la piedra no generaba ningún valor. Sin embargo, hoy en día, esa piedra colgada genera valor como punto turístico que visita mucha gente. Esto es la innovación, desde cero a uno, combinando la piedra y el turismo comunitario.



Las fresas pueden ser vendidas en el mismo municipio y en otros municipios cercanos como materia prima. Suponemos que esta situación es uno (1). Pero los productores pueden vender la mermelada de fresa y más productos derivados generando valor agregado, es decir desde uno (1) a X.



Si los productores comienzan a ofrecer la mermelada con fresa orgánica o con fresas de mejor calidad, este se puede llamar valor agregado o mejoramiento



4.3. Amplia variedad y bajo volumen

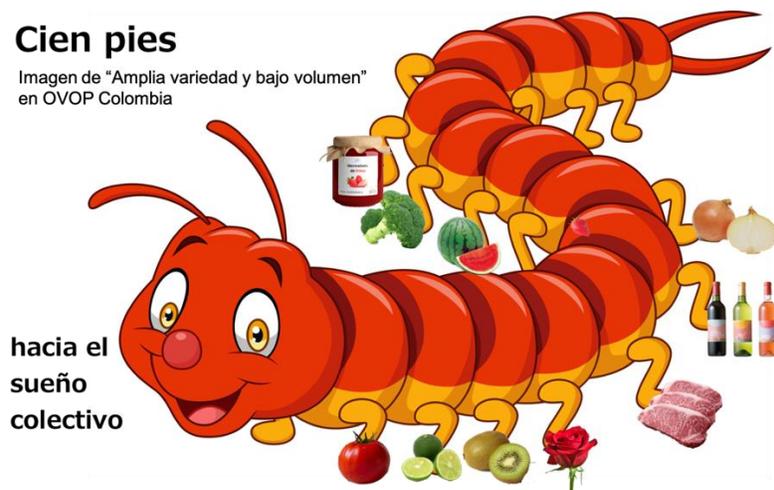
Amplia variedad y bajo volumen es una clave del desarrollo local, se puede observar en la mayoría de los casos exitosos del desarrollo local. En Oyama se cultiva una variedad de especies de Ume (ciruela) aprovechando la diferencia de elevación y más de 100 especies de hierbas. Kamikatsu de Irodori tiene más de 300 productos relacionados a las hojas aparte de los productos de hojas.

No es rentable por la producción en amplia variedad y bajo volumen. Al hacer un buen aprovechamiento de las características de amplia variedad y bajo volumen, se amplía el potencial de rentabilidad y productividad.

Las ventajas que ofrece son: se pueden desafiar nuevas especies y productos, pueden comenzar productores y empresarios pequeños, el precio puede determinarse libremente y menos competencia.

Sin embargo, una producción en amplia variedad y bajo volumen no solo cubre las desventajas exclusivas de la producción a gran escala, sino que también atrae el hecho de que el mercado se expande al diseñar bien la segmentación (focalización, ¿a quién?), los canales de venta, la marca comercial y el mejoramiento de calidad de productos mismos.

Además, esta manera de producción puede dispersar el impacto negativo en los productos del cambio climático y los cambios de ambiente natural y económico.



Lo anterior, exige que toda la comunidad participante genere, nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales y crean nuevas relaciones de colaboración. Es decir, crea nuevas oportunidades para las empresas, las comunidades y los gobiernos en aprovechar el potencial de un territorio, basado en la construcción de su ventaja competitiva, contribuyendo a mejorar los procesos de inclusión social y competitividad del territorio.

5. Condiciones previas del taller

Para realizar el taller de ideación de producto, es necesario haber realizado previamente unas actividades como se describe en el documento de la Estrategia de Desarrollo Local Incluyente OVOP Colombia. Las siguientes son las condiciones previas que a su vez servirán de insumos para este taller.

- Investigación general del municipio o ficha técnica municipal

- Listado largo de tesoros locales
- Listado de propuestas de eslóganes del municipio
- Listado de tesoros locales con mayor potencial
- Texto descriptivo del sueño colectivo

6. Desarrollo del taller

Objetivo del taller:

La comunidad, a través de un proceso innovación colectiva, generan ideas de productos a partir de los recursos y con el sueño colectivo de su territorio para el desarrollo local.

6.1. Parte I: Introducción

La introducción del taller estará a cargo del instructor, quien debe contextualizar a los participantes de manera general sobre el proceso que se ha realizado para la implementación del enfoque OVOP en el territorio. En ese sentido, el instructor puede retomar el concepto de OVOP, sus tres principios, presentar las actividades y los resultados que se han logrado a la fecha, es decir, presentar listado de recursos potenciales y dar a conocer el sueño colectivo.

Seguidamente, el instructor explicara el objetivo del taller el cual es la ideación de producto a partir del enfoque OVOP.

Por medio de una lluvia de ideas el instructor retomara conceptos vistos en el taller anterior, haciendo especial énfasis en el aprovechamiento de los tesoros locales, como elemento en la generación de ideas colectivas a partir de los recursos existentes, que permitan la consecución del sueño colectivo.

Conceptos OVOP a desarrollar para este taller:

- Desarrollo Endógeno¹
- Creación de valor
- Amplia variedad y bajo volumen

¹ Se recomienda a los instructores ver los videos “Desarrollo regional endógeno mediante las iniciativas comunitarias” (<https://jica-net-library.jica.go.jp/lib2/08PRDM012/index.html>)

6.2. Parte II: Semillas de ideas

El instructor explicará a los participantes la metodología para la ideación de productos, la cual básicamente es una lluvia de ideas teniendo en cuenta los insumos mencionados anteriormente.

Primero, encontramos las semillas de ideas efectivas para visualizar el proceso de pensamientos. Las semillas de ideas constan de cuatro componentes; target, problema, recursos y solución.

- Target: ¿para quién esta idea?
- Problema: ¿qué quiere solucionar con mi idea (recursos)?
- Recursos: ¿con qué lo soluciona? (recursos; producto, servicio, modelo, etc.)
- Solución: ¿cómo lo soluciona? (manera/medio para solucionarlo)

En grupos de trabajo, los participantes acogerán uno de los recursos priorizados en el taller anterior (descubrimiento de tesoros locales) para el componente 3. ¿con qué lo soluciona?, a partir de los cuales empezarán a escribir diversas ideas alrededor del producto.

Al escribir las ideas, es necesario ideas concretas. Por ejemplo: ¿para quién?, mujeres - mujeres jóvenes - mujeres jóvenes, entre las 20 y 30 años - mujeres jóvenes, entre 20 y 30 años, que viven en Bogotá, etc.

Semillas de idea

1. ¿Para quién? _____
2. ¿Qué quiere solucionar? _____
3. ¿Con qué lo soluciona? **XXXX ← Recursos locales** _____
4. ¿Cómo lo soluciona? _____

Cada grupo puede comenzar a escribir la idea preliminar en la hoja de semillas de idea. En este momento, no es necesario detallar ni profundizar la idea.

Semillas de idea

1. ¿Para quién? a los turistas
2. ¿Qué quiere solucionar? Conocer la cultura de Quindío
3. ¿Con qué lo soluciona? Las artesanías de guaduas (bambú)
4. ¿Cómo lo soluciona? vender en las tiendas en Armenia

Luego de escribir la idea preliminar, cada grupo podrán hacer uso del internet, mediante la cual pueden realizar búsquedas (imágenes) simples de los recursos locales, búsquedas combinadas y/o búsquedas en otro idioma del mismo. Como se ejemplifica a continuación.

Busqueda de Internet

Simple con una o dos palabras

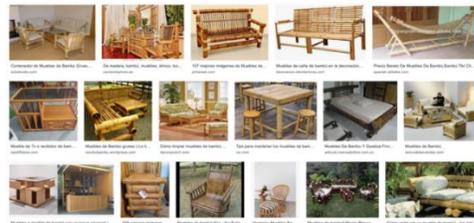
Bambú



Si te llama atención alguna imagen (qué bonito!, qué rico!, qué es esto?, etc.), puedes hacer click a esa imagen para conocer más detalle.

Combinación con unas palabras combinadas

Bambú + muebles



Si te llama atención alguna imagen (qué bonito!, qué rico!, qué es esto?, etc.), puedes hacer click a esa imagen para conocer más detalle.

Bambú



En unos países se come bambú (brote) y lo utiliza para cocinar, pero aquí **no se come ni lo utiliza**. Por el momento, aquí **no hay mercado** de comer bambú ni utilizarlo para cocinar.

En otro idioma

Bamboo (en inglés)



Buscar en otro idioma, se aparece otras imágenes, es decir otra idea.

Mientras o después de navegar el internet (búsqueda de imágenes = búsqueda de idea más concreto), revisa las semillas de idea y puede escribir o modificar las semillas más concretas.

Semillas de idea

- 1. ¿Para quién? a los turistas que vienen a Córdoba
- 2. ¿Qué quiere solucionar? Conocer la cultura de Córdoba
- 3. ¿Con qué lo soluciona? Las artesanías de guaduas
Las comidas que cocinan en guaduas
- 4. ¿Cómo lo soluciona? vender en las tiendas y los restaurantes en Córdoba

6.3. Parte III: Idea de Producto

Una vez terminan de escribir y modificar, cada grupo pasará de una idea semilla a una idea de producto realizando un chequeo teniendo en cuenta el instrumento SCAMPER.

SCAMPER es un modelo propuesto para mejorar el método de generación de ideas de la lista de verificación de Alex Osborne, el creador de Brainstorming (lluvia de idea). Utiliza siete preguntas para expandir ideas, específicamente, consideraremos las ideas desde una nueva perspectiva basada en las siguientes siete preguntas. Estas preguntas se llaman SCAMPER, tomando las iniciales de la notación en inglés.

Substitute Sustituir	<ul style="list-style-type: none"> ¿Que puedes sustituir para bajar costos? ¿Que no puedes sustituir? ¿Cómo puedes sustituir un recurso? ¿Qué elemento puedes sustituir para eliminar complejidad del sistema?
Combine Combinar	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué puedes combinar internamente? ¿Qué puedes combinar con un factor externo? ¿Qué combinación de elementos generaría una reducción de costos?
Adapt Adaptar	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo lo puedes adaptar para agregar otra función? ¿Qué puedes adaptar para que esté disponible a una mayor cantidad de personas?
Modify Modificar	<ul style="list-style-type: none"> ¿Modificando qué atributo puedes disminuir la necesidad de un recurso? ¿Qué aplicación puede ser modificada para reducir costos de mantenimiento? ¿Qué aplicación puede ser modificada para reducir costos?
Put on other uses / Poner en otros usos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué otro uso se le puede dar? ¿Con cual otro uso el objeto sería comercialmente apto para un mayor número de personas?
Eliminate Eliminar	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué función puede ser eliminada? ¿Qué función no puede ser eliminada? ¿Si eliminas un atributo como el color, el costo disminuye?
Rearrange Reformar	<ul style="list-style-type: none"> ¿Puedes hacerlo más grande/pequeño? ¿Puedes hacerlo más ligero/pesado? ¿Cómo lo cambiarías para que ocupe menos espacio físico? ¿Si reordenas algunos pasos el proceso tendría menores posibilidades de fallos?

Cada grupo revisa y chequea sus semillas de idea elaboradas utilizando la lista de cheque SCAMPER² Depende del producto, no hay que revisar ni chequear con todas las preguntas en la lista de chequeo SCAMPER (anexo) y luego escribir su idea en la hoja de idea de producto. Estas ideas de producto serán los sujetos de análisis de cadena de valor para seleccionar “Mi Producto” en la próxima fase.

Idea de Productos	
1. ¿Para quién?	<i>a los turistas que vienen a Córdoba (toda la generación y los grupos de edad)</i>
2. ¿Qué quiere solucionar?	<i>Conocer la cultura de Córdoba y el atractivo de guaduas</i>
3. ¿Con qué lo soluciona?	<i>Las comidas (cocinar en guadua, vajillas de guadua etc.) y artesanías y muebles de guaduas aprovechando sus atractivos</i>
4. ¿Cómo lo soluciona?	<i>Ofrecerlo en “Casa de Guaduas” que tiene espacio de restaurante y venta de artesanías y muebles (a ser establecida)</i>

². Para profundizar en el tema se recomienda ver el video alrededor de la técnica SCAMPER, la cual es una metodología para generar ideas de innovación. <https://www.youtube.com/watch?v=UlhAmAxV66k>

Por último, socialice la idea de productos elaborada por cada grupo.

6.4. Parte IV: Conclusión y cierre del taller

Finalice el taller retomando los principales resultados del taller, es básicamente uno: idea de producto. Informe a los asistentes que en los próximos días se les enviará la sistematización de los resultados del taller de modo que hagan seguimiento a los resultados de los ejercicios que se están adelantando.

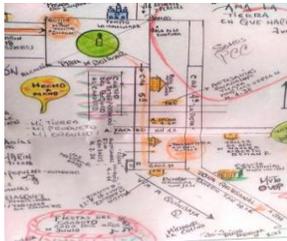
7. Experiencias OVOP

Mapa de Construcción Colaborativa de Producto

Lugar: Filandia, Quindío

Palabras Claves: Innovación, Turismo Comunitario, Participación, Desarrollo Local

La realización de un mapa turístico de base comunitaria, es un ejercicio participativo donde la comunidad del Corregimiento de India – Municipio de Filandia, identificación de los productos únicos o principales a partir del involucramiento de la comunidad rural y la exploración del potencial natural, cultural del territorio, generando nuevas oportunidades negocio o ingresos a partir de la promoción del turismo comunitario realizado por la misma comunidad.



Conexión de productos con mercado – ciclo de marketing

Lugar: Tuchín, Córdoba

Palabras Claves: Fortalecimiento de producto, piloto de comercialización, centro de acopio, calidad, innovación, propiedad intelectual, demanda del mercado.

Con el fin de dar cumplimiento al componente de fortalecimiento y comercialización de producto establecido dentro del plan de acción, se propone desde el equipo OVOP, liderado por el experto de Marketing, realizar un piloto de comercialización y venta de productos en caña flecha o mejor conocido como piloto Irodori. En ese sentido, se trabaja directamente con los artesanos en un esquema de retroalimentación de doble vía en lo que concierne con las demandas del mercado frente al producto. De igual forma, y en conjunto con la estrategia de Artesanías de Colombia, se busca fortalecer el tema de calidad del producto, innovación y propiedad intelectual. Por su parte con el piloto de comercialización y el apoyo de un coordinador de ventas se busca abrir canales de comercialización y conformar un equipo en terreno que será objeto de transferencia para lo que se espera funcione en un futuro como un posible centro de acopio.



7.1. Agenda y resultados esperados

A continuación, se presenta una propuesta de agenda general de cada sesión del taller para garantizar la optimización del tiempo y lograr los resultados esperados. Se recomienda que los grupos de trabajo no sean mayores a 30 personas.

Actividad	Tiempo sugerido	Resultado esperado
Registro de participantes	15 minutos	Listado de Participantes
Parte I - Introducción	30 minutos	Reconocer qué es la idea, creación de valor y el concepto de "Amplia variedad y bajo volumen"
Parte II – Semilla de idea	60 minutos	Ficha de semillas de idea
Receso	15 minutos	
Parte III – Idea de producto	60 minutos	Ficha de idea de producto
Retroalimentación y cierre	30 minutos	Conclusiones del taller Pasos siguientes
Tiempo total	210 minutos – 3.5 horas	

8. Encuesta de percepción

Esta encuesta, pretende ser fuente de información, para visualizar la manera cómo se está entendiendo OVOP y también el interés que este proceso de desarrollo local causa en los participantes del taller.

1. ¿Qué tema le pareció interesante en el taller?

2. ¿Cuál podría ser su papel en el desarrollo de OVOP en su territorio? (Facilitador, Líder, Gestor, Ninguno)

3. Si su respuesta anterior fue negativa. Explique. ¿Por qué?

4. ¿Estaría dispuesto a asistir a los talleres planeados para la implementación de OVOP en su territorio?

Sí

No

5. Si su respuesta es negativa, por favor indique la razón:

6. ¿Algún tema de los tratados lo ha dejado confuso e inseguro?

Sí

No

7. Si su respuesta es afirmativa, por favor indique cuáles

8. ¿Hasta qué punto el taller ha cumplido con sus expectativas?

Totalmente

Parcialmente

Escasamente

9. Comentarios

Agradecemos sinceramente su colaboración.

9. Bibliografía

Peter Thiel, K.H., Gestion (2000) De cero a uno, como inventar el Futuro., 2000

10. Anexos

Lista de Chequeo de SCAMPER

Tema:

Sustituir	
¿Puede sustituirse una pieza, componente o parte por otra?	
¿Pueden sustituirse las personas encargadas?	
¿Puede sustituirse o cambiar la población a la que va dirigida?	
¿Puede sustituirse o cambiar una regla, una ley, norma o principio?	
¿Puede sustituirse este servicio por otro?	
¿Puede sustituirse esta respuesta/emoción del consumidor/creador por otra?	
¿Puede sustituirse ese procedimiento?	
¿Puede sustituirse ese ingrediente o material?	
¿Puede sustituirse el rol/cargo que juega/desempeña esa persona/equipo?	
¿Qué más puede sustituirse?	
Pregunta matriz: ¿Cuál(es) elemento(s) puedo sustituir y cuál(es) no de mi solución?	
Combinar	
¿Pueden combinarse distintos componentes, partes o piezas?	
¿Pueden fusionarse ideas, estrategias, premisas, objetivos o soluciones?	
¿Pueden mezclarse personas/equipos de distintas divisiones/habilidades?	
¿Pueden fusionarse distintos servicios?	
¿Pueden combinarse distintos procedimientos?	
¿Pueden fusionarse los usos que se le da al objeto/servicio?	
¿Pueden combinarse distintos materiales o ingredientes?	
¿Puede fusionarse esta solución a la de la competencia?	
¿Pueden recombinarse elementos previamente combinados?	
¿Qué más se puede combinar?	
Pregunta matriz: ¿Qué factores internos y/o externos al contexto de mi solución se pueden combinar parte o la totalidad de dicha solución?	

Adaptar	
¿Puede adaptarse alguna función, utilidad o beneficio?	
¿Puede adaptarse un componente, parte o pieza?	
¿Puede adaptarse una idea, estrategia, premisa, objetivo o solución?	
¿Puede adaptarse a otro país, mercado, público meta o necesidad?	
¿Puede adaptarse para resolver otro problema simultáneamente?	
¿Puede adaptarse el servicio?	
¿Puede adaptarse la ley, norma, regla o principio?	
¿Puede adaptarse el formato?	
¿Puede seguir adaptándose en medida de que siga cambiando el contexto?	
¿Qué más se puede adaptar?	
Pregunta matriz: ¿Cómo se puede adaptar mi solución y/o algún (algunos de sus) elemento(s) para que resuelva otro(s) problema(s)?	
Modificar y Magnificar	
¿Puede magnificarse alguna función, utilidad o beneficio?	
¿Puede aumentarse el mercado o público meta?	
¿Puede exagerarse o sobredimensionarse sin perder sentido?	
¿Puede modificarse para ser más fuerte, duradero, rápido, eficiente, inteligente, etc.?	
¿Puede ampliarse el equipo de trabajo y/o la producción?	
¿Puede mejorarse la experiencia del usuario o su apreciación del servicio o producto?	
¿Pueden aumentarse los beneficios o recompensas materiales recibidos?	
¿Puede modificarse su nombre, tamaño, color, textura, significado, presentación, distribución, marketing, etc.?	
¿Puede magnificarse su credibilidad o popularidad?	
¿Puede viralizarse?	
¿Qué más se puede modificar o magnificar?	
¿Cuánto más y por cuánto más puede magnificarse antes de tocar techo?	
Pregunta matriz: ¿Qué elementos de mi solución y cómo pueden modificarse con el fin de magnificar su alcance y/o sobrepasar sus límites?	

Proponer otros Usos	
¿Puede usarse para algo diferente?	
¿Puede usarse de una forma diferente?	
¿Puede usarse por personas, animales o instituciones (o también objetos o servicios) diferentes?	
¿Pueden romperse los esquemas, reglas o convenciones sobre su uso?	
¿Podría considerarse multiuso, multiplataforma, etc.?	
¿Puede el consumidor, usuario o destinatario crear nuevos usos, soluciones o mejoras por medio de su propia creatividad?	
Además de los usos principales y añadidos, ¿puede presentar un valor agregado a nivel emocional, espiritual o de trascendencia?	
¿Qué otros usos se le puede dar?	
Pregunta matriz: ¿Qué otros usos o valores agregados se le puede dar a los elementos o la totalidad de mi solución, por cuenta propia o por parte de sus destinatarios?	
Eliminar o Minimizar	
¿Puede eliminarse alguna función, utilidad o beneficio?	
¿Puede minimizarse o limitarse a lo más básico sin perder su esencia?	
¿Puede modificarse para ser más pequeño, liviano, suave, sencillo, corto, etc.?	
¿Pueden eliminarse materiales, ingredientes, componentes, piezas o partes?	
¿Puede eliminarse alguna parte del procedimiento?	
¿Puede reducirse el equipo de trabajo o el tiempo o esfuerzo de producción?	
¿Puede eliminarse parte de la experiencia del usuario sin cambiar su apreciación del servicio o producto?	
¿Pueden minimizarse los gastos o inversiones materiales realizadas?	
¿Puede minimizarse la necesidad de reparación, actualización o cambios?	
¿Pueden minimizarse los errores, riesgos o accidentes de posible ocurrencia?	
¿Puede magnificarse su credibilidad o popularidad?	
¿Qué más se puede eliminar o minimizar?	
¿Cuánto más y por cuánto más puede minimizarse antes de tocar fondo?	

Pregunta matriz: ¿Qué elementos de mi solución y cómo pueden eliminarse o minimizarse sin reducir su calidad, relevancia o importancia, ni perder su esencia?	
Reordenar e Invertir	
¿Pueden reordenarse o invertirse las distintas partes del procedimiento?	
¿Pueden reordenarse las personas/equipos involucradas?	
¿Pueden invertirse los roles/cargos de las personas/equipos involucrados?	
¿Puede reordenarse las estrategias, premisas, objetivos o soluciones?	
¿Pueden intercambiarse componentes, formatos o modelos?	
¿Puede alterarse el plan de trabajo o acción?	
¿Puede reordenarse el calendario de eventos, prioridades o necesidades?	
¿Puede invertirse la lógica de la solución?	
¿Puede reordenarse o invertirse la historia, los argumento o las explicaciones sin perder su sentido?	
¿Qué más se puede reordenar o invertir?	