



Caso de estudio nº 2

Título	Brainstorming - El Titanic
Palabras clave	Brainstorming
Creado por	University of Information Technology and Management en Rzeszów, Inspirado en: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Encontrar la innovación donde menos te lo esperas [in:] Harvard Business Review, 12/2015, pp. 82–89.
Idioma	Español
Caso de estudio	
<p>Todos conocemos la historia del Titanic. El 10 de abril de 1912, el barco de pasajeros más grande del mundo chocó contra un iceberg, y como resultado, más de 2.200 pasajeros y miembros de la tripulación murieron, solo 705 personas se salvaron, rescatadas de 16 botes salvavidas por marineros de otro barco llamado Carpathia.</p> <p>Consideremos que podríamos haber hecho para prevenir una catástrofe tan enorme. Y no, no hablamos de destruir un iceberg, sino de salvar más gente.</p> <p>Datos que pueden ser útiles para definir el problema y generar soluciones:</p> <ul style="list-style-type: none">- El barco se estuvo hundiendo durante 2 horas y 40 minutos;- El "Titanic" después de la colisión con el iceberg, fue manejable durante un tiempo;- El iceberg sobresale sobre el agua y tiene una superficie de 120 metros de largo;- Se estimaba que (a bordo del barco) había sobre 40 coches. <p>Con la información anterior, así como usando las técnicas que hemos aprendido para generar ideas, resolver el problema al que se enfrentó la tripulación, en concreto:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definir el problema y formular nuestro objetivo.2. Identificar los recursos necesarios más claros para lograr nuestra meta, luego combinarlos con el objetivo formulado previamente proponiendo la solución más obvia.3. Replantear el objetivo de tal manera que nos permita generar más soluciones y descubrir nuevos recursos. Adoptar diferentes posturas, usar las técnicas aprendidas durante el curso (brainstorming reverso, técnica de las tres sillas, método 635...).4. Sugerir opciones que la tripulación y los pasajeros podrían tener en cuenta si la situación se produjera de nuevo (pero olvidándonos de los eventos que conectan con los recuerdos de la historia del Titanic, y no limitarse a los usos típicos).	
Enlace de referencia (si lo hubiera)	https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it (Access: 2021 10 29). McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Encontrar la innovación donde menos te lo esperas [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89.
Tipo de material	CASE STUDY

(Respuestas sugeridas en la página 2)



**Enhance Soft Skills to Nurture
Competitiveness and Employability**

www.projectessence.eu

Resultados sugeridos

Solución propuesta según McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Encontrar la innovación donde menos te lo esperas [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89. (<https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it>):

Principal objetivo: Salvar gente

El recurso más obvio: los botes salvavidas

La solución más obvia: Colocar a la gente en los botes salvavidas.

Otras cosas a tener en cuenta para conseguir nuestro objetivo de aumentar las posibilidades o perspectivas de resolver el problema:

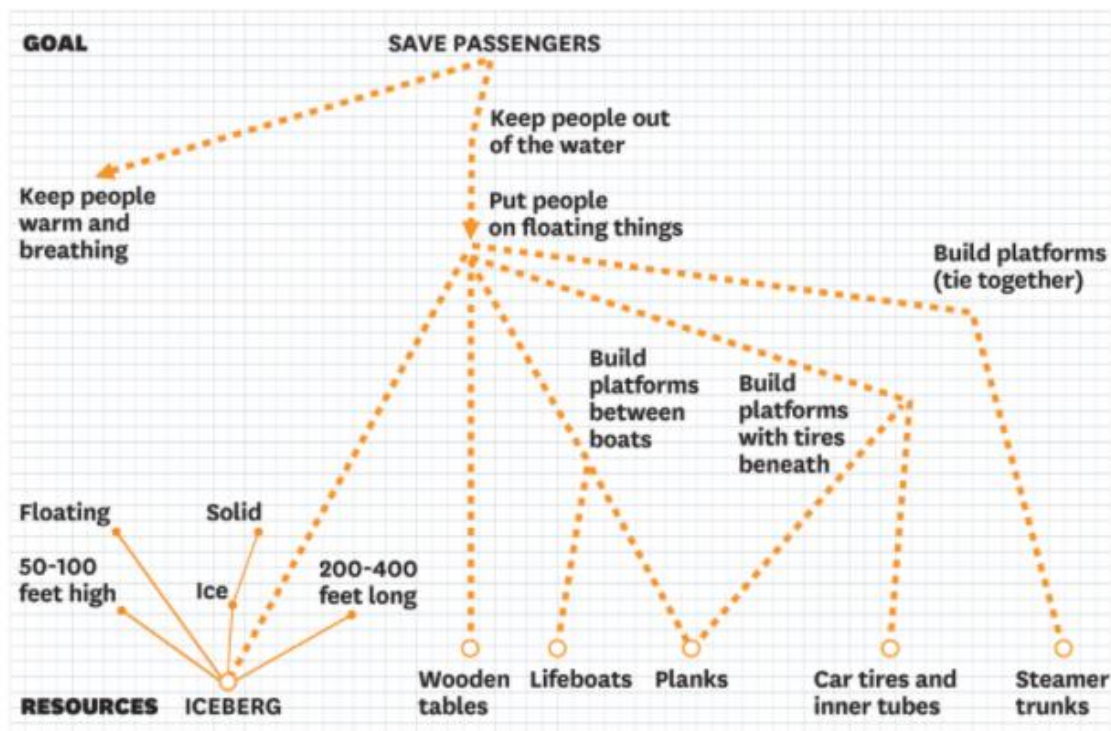
Por ejemplo:

"asegurarnos que la gente esté abrigada y que tienen algo para respirar sin problema todo el tiempo"

"Tener cuidado que nadie se caiga al agua" – así no nos limitamos

Los autores del texto ofrecen muchas e interesantes posibilidades:

Find new ways to name the goal, and new resources may present themselves.



SOURCE TONY MCCAFFREY AND JIM PEARSON
FROM "FIND INNOVATION WHERE YOU LEAST EXPECT IT," DECEMBER 2015

© HBR.ORG

Fuente: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89. (<https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it>).