

Una imagen vale más que mil palabras: dibuja tu propia empresa

Taller de Storyboard para personas emprendedoras

1. Concepto y origen:

Podemos definir el Storyboard como un conjunto de ilustraciones o imágenes que se muestran de forma secuencial y permiten representar ideas, procesos, situaciones o experiencias.

El Storyboard nos permite aunar los beneficios del Storytelling con el uso del pensamiento visual o Visual Thinking.

Esta técnica comenzó a ser utilizada por los estudios Disney en los años 20 para previsualizar los diferentes planos y escenas de las películas, y hoy se utiliza de forma generalizada no solo en la industria cinematográfica sino también en publicidad y en los procesos de diseño industrial y tecnológico.

2. Utilidad del Storyboard en el proceso de emprender:

Antes de empezar a elaborar un Storyboard es necesario tener claro para qué lo vamos a usar, ya que la finalidad del mismo va a condicionar en cierta medida el proceso a seguir y los resultados que obtengamos al final.

Por ejemplo, si ya contamos con una idea de negocio, o hemos desarrollado un producto o servicio innovador, ofrece las siguientes ventajas:

- Nos permite situarnos en la piel de nuestros clientes potenciales, visualizando su experiencia en la interacción con nuestro negocio y con los productos y servicios que ofrecemos.
- Nos ayuda a identificar mejor las necesidades y deseos de nuestros futuros usuarios y potenciales clientes, diseñando nuestro negocio de forma que las satisfaga.
- Al visualizar las diferentes relaciones e interacciones, permite identificar posibles problemas antes de que se produzcan, y buscar soluciones.

En este caso, la narraci3n girará en torno a la experiencia que nuestro cliente tiene en la interacci3n con nuestro producto o servicio.

Por otra parte, si no tenemos una idea sobre la cual desarrollar nuestro proyecto empresarial, pero sí hemos identificado una necesidad a cubrir o un problema a solucionar, el uso del Storyboard nos puede ser de gran utilidad en el proceso de generaci3n de ideas ya que ayuda a pensar y despierta la creatividad.

Si este es el caso, el Storyboard nos ayudará a plantear el problema o necesidad desde la perspectiva de usuario y descomponerlo en varios elementos, lo que facilitará la generaci3n de ideas e, incluso, provocará una respuesta creativa automática como si de un proceso de brainstorming se tratara.

Asimismo, en procesos de innovaci3n centrada en las personas, tanto en el momento de emprender como a lo largo de la vida de la empresa, el Storyboard resulta muy útil a la hora de realizar contraste con potenciales usuarios, o como actividad a incluir en procesos de co-creaci3n con clientes, ya que ofrece un marco que facilita el relato de experiencias, incluyendo expectativas, percepciones, emociones y decisiones, obteniendo informaci3n muy valiosa que va más allá de un vago comentario (en muchos casos influenciado por razones de deseabilidad social).

Por otra parte, también resulta muy útil como herramienta para preparar una presentaci3n a posibles inversores, ya que ayuda a crear la historia, la narraci3n que subyace a nuestro proyecto. No todo el mundo toma decisiones únicamente desde un punto de vista racional, y si deseamos convencer, la emoci3n ha de ser mayor que la duda. Utilizar el Storyboard permite anticipar los momentos de duda y maximizar la emoci3n en la presentaci3n.

No obstante, es importante matizar que en este caso el proceso de elaboraci3n y elementos del Storyboard serán ligeramente distintos a los aquí presentados dado que el objetivo a perseguir es otro (resaltar el valor de la propuesta, el potencial de desarrollo, y el beneficio para inversores).

3. Elementos del Storyboard:

Podemos identificar una serie de elementos que han de darse en un Storyboard:

1. **Personaje(s):** Cliente o persona, protagonista de nuestra historia, y otros personajes que aparecen en la misma y con quien interacciona (si los hay).
2. **Guión:** Hilo de pensamiento del personaje o personajes, así como lo que dicen en voz alta. Expresar con palabras lo que ocurre dentro de la mente de nuestros clientes es parte esencial del proceso de storyboarding.
3. **Escena:** El contexto y espacio físico concreto en que se ubica el protagonista de nuestra historia. Puede ser el mismo en todos los casos o ir cambiando a medida que se desarrolla la narración (esto nos lo indicará la propia historia).
4. **Trama:** La narración que se desarrolla a lo largo de nuestro Storyboard ha de girar en torno a un objetivo a lograr por parte del/la protagonista, y los momentos/eventos clave que tienen lugar hasta que se logra o no se logra ese objetivo. Es importante que exista un elemento detonante o desencadenante de la acción, y que la historia no quede abierta, sino que concluya de una forma lógica (lógica no quiere decir positiva, ya que puede terminar con una solución o con un problema).

4. Requisitos para que sea efectivo:

- **Autenticidad:** Hacer al personaje protagonista así como el guión, trama y escenario lo más reales posible, ya que de este modo es más fácil empatizar con la historia.
- **Momentos:** Se han de identificar los puntos de contacto o interacción (touchpoints) y eventos que desencadenan acciones, comportamientos y decisiones por parte de los personajes, y cambios en su estado emocional.
- **Emociones:** Es esencial prestar atención a las emociones que experimentan los personajes a lo largo de la historia, porque nos ayuda a visualizar la experiencia emocional de nuestros clientes en su interacción con nuestro producto o servicio, o con el problema o necesidad.

5. Pasos en la elaboración de un Storyboard:

1. Definir para qué vamos a utilizar el Storyboard: dependerá se si tenemos ya una idea de negocio y queremos visualizar la experiencia del cliente, o si lo que hemos identificado es un problema/necesidad/oportunidad y queremos crear una narrativa que nos ayude a descomponerlo en varios elementos (enfaticando las emociones que conlleva) para poder buscar soluciones y generar ideas.
2. Describir al personaje protagonista: Podemos utilizar una ficha incluyendo información básica que nos permita caracterizar al personaje, incluyendo su trasfondo, así como el objetivo que desea lograr.
3. Dedicar unos minutos a pensar y consensuar la trama de la historia que deseamos contar, y describirla en un texto breve (no más de 5-6 líneas). Descomponer la trama en:
 - Elemento detonante o desencadenante
 - Momentos / acciones y decisiones del personaje
 - Conclusión

En este paso puede resultar útil elaborar un diagrama de flujo como paso previo, de modo que se vayan encadenando los diferentes momentos en que se descompone la trama.

4. Incorporar emociones: Es muy importante determinar los cambios en el estado emocional de los personajes a medida que se van desarrollando los “momentos” y se acerca o se aleja la consecución del objetivo inicial. Resulta muy útil incorporar emoticonos a las fases anteriormente descritas.
5. Es el momento de dibujar: trasladar cada paso (o momento) a una viñeta del Storyboard, utilizando recursos clásicos del cómic:
 - Comentarios del narrador (“Aquel día...” , “mientras tanto...”)
 - “Bocadillos” para indicar habla o pensamiento (y sus variantes para indicar grito, habla colectiva, etc.)
 - Escenario y personajes: No es necesario un dibujo elaborado, NO es lo importante. Utilizar los trazos mínimos para expresar adecuadamente las diferentes fases de la historia (“menos es más”).

6. Bibliografía:

CROTHERS, B. (2011). Storyboarding & UX. Johnny Holland Magazine. 14 de octubre.

GRAY, D., BROWN, S., MACANUFO, J. (2010). Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers. Ed. O'Reilly Media Inc. USA.

MARGULIES, N., VALENZA, C. (2005). *Visual Thinking: tools for mapping your ideas*. Ed. Crown House Pub Limited, USA.

7. Más información y contacto:

Materiales compilados y elaborados por Amparo Camacho – Florida Universit ria,  rea de Innovación y Proyectos I+D / Master en Innovación y Desarrollo de Proyectos de Negocio.

E-mail: acamacho@florida-uni.es; amparo.cs@gmail.com

Twitter: @mariampcs

<http://masterinnovacion.florida.es/>

<http://www.floridauniversitaria.es/>

<http://www.florida-uni.es/>