



Welcome to:

**“Design Thinking” como nueva herramienta
para la planificación estratégica**

Descripción & Agenda



- Descripción

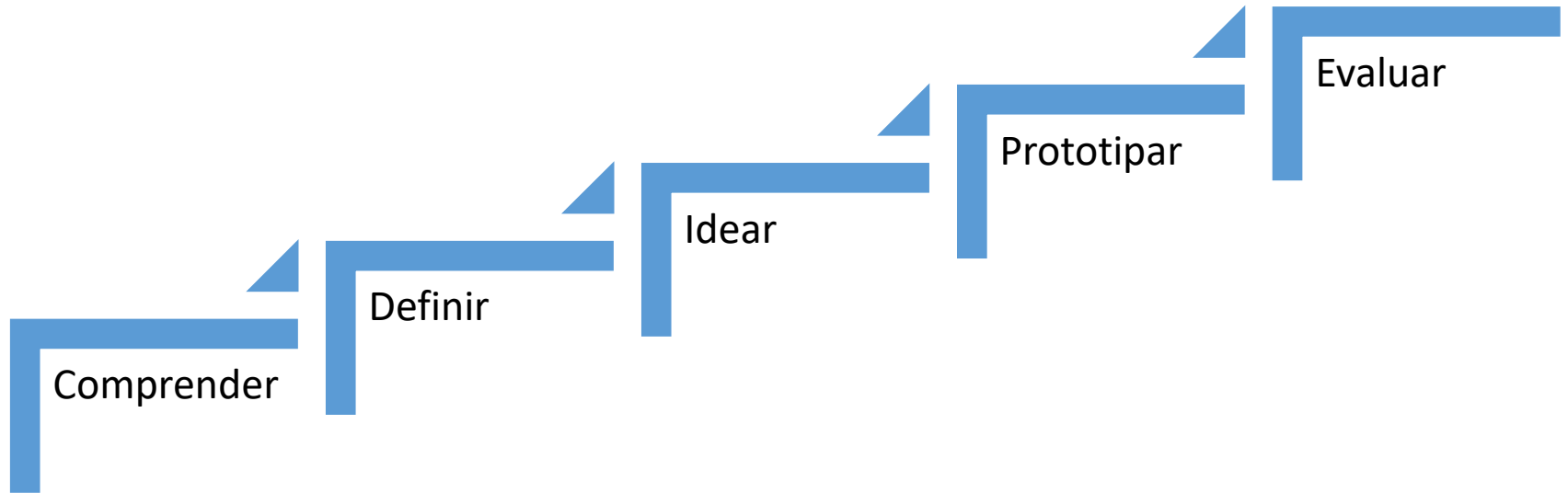
- El "design thinking" es una herramienta de gran utilidad enfocada a fomentar la innovación en las organizaciones de una forma eficaz y exitosa. Esto se debe a que, gracias a su aplicación, se generan importantes beneficios en el diseño de soluciones, permitiendo a las empresas obtener mejores resultados en su comercialización.
- Enfocaremos en definir los principios fundamentales del "design thinking" y su utilidad como herramienta para la planificación estratégica.

DEFINICIÓN

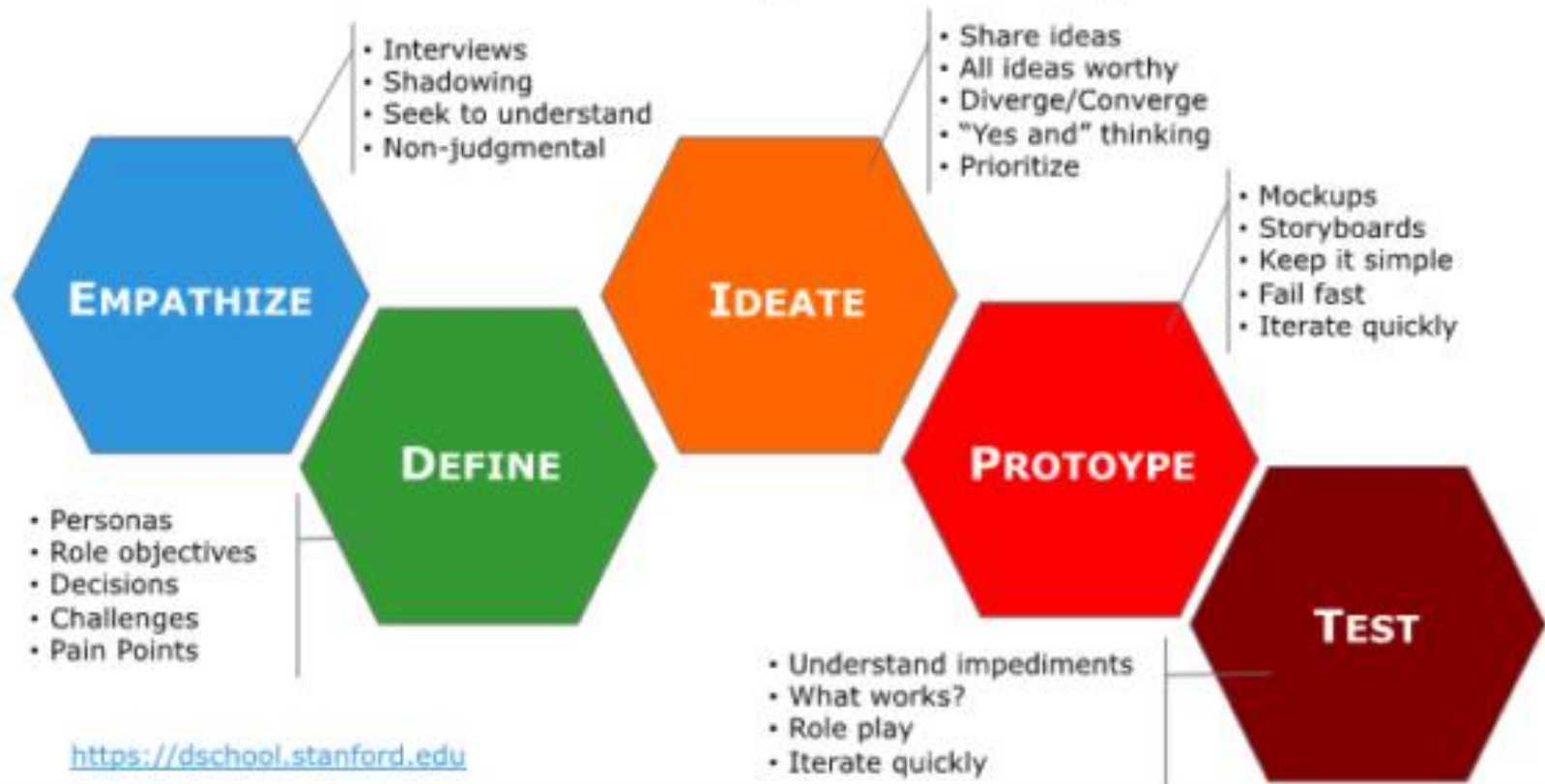


- Design Thinking hace referencia a una metodología para la generación de ideas innovadoras y que toma como centro la perspectiva de los usuarios finales.
- De esta forma se pueden detectar problemas y necesidades, así como ofrecer soluciones efectivas y en muchos casos, alternativas, para cada una de ellas.

Fases del “Design Thinking”



Stanford d.school Design Thinking Process



Comprender

- Empatía es la capacidad que tienen los seres humanos de identificarse con ciertas personas y entender sus sentimientos. Como debes imaginarte, esta es la fase esencial en la que los diseñadores o miembros de grupo intentan conocer y comprender a los usuarios finales de manera más profunda. No sólo se trata de conocer datos y estadísticas, sino de analizar situaciones, comprender la vida de los usuarios, así como los diferentes problemas y necesidades que poseen.

Comprender

- Para poder desarrollar la empatía no basta con observar a los usuarios, sino involucrarse con ellos mediante una conversación en la que ellos puedan compartir su punto de vista y debes procurar escuchar atentamente. Puede ser complicado desarrollar un grado de empatía con los usuarios finales, pero esta fase es la base del Design Thinking, así que es muy importante que se realice con mucha paciencia.

Definir



- Una vez que se llega a conocer en profundidad las dificultades y problemas de los usuarios finales puedes pasar a la siguiente etapa. Como parte de esta fase debes evaluar toda la información recopilada en la etapa anterior y conservar sólo aquella que realmente aporte valor y sea relevante para poder conocer a los usuarios, así como tener una idea más exacta de su vida diaria.

Definir

- En la primera fase, aparte de conocer sobre las rutinas de los usuarios finales, habrás podido reconocer una gran variedad de problemas y necesidades. Ya que no todos esos problemas tienen solución o simplemente no puedes solucionar todos los problemas de los usuarios finales, como empresa tienes cierto enfoque a un solo rubro o un par de rubros, así que es imposible que puedas solucionar todos sus problemas. Es esencial, entonces, definir cuáles son aquellos problemas del cliente según el área de oportunidad que ofrezca cada problema determinado. De esta forma, al tener una serie de problemas específicos puedes centrarte en tomar las medidas necesarias para llegar a una solución definitiva.

Idear

- Como su nombre indica, en esta fase empieza el proceso de generación de ideas en base a los problemas previamente establecidos. El objetivo es tener muchas alternativas de solución y no ir en busca de la mejor solución, al menos de momento. Se debe fomentar que todos los miembros de equipo participen de esta sesión y expongan su opinión y punto de vista. Ninguna idea debe ser descartada y se pueden emplear diversos métodos creativos como lluvia de ideas o mapas mentales, cualquier estrategia que sea más adecuada para tu equipo.

Idear



- Se debe trabajar particularmente en crear un ambiente en el que todos los miembros se sientan capaces de aportar y dar ideas, sin ser juzgados por ellas. Es esencial que se cree un ambiente libre y de confianza, donde ninguna idea se cuestione.

Prototipar

- El propósito de esta fase es convertir la idea o solución a la que has llegado en un prototipo digital o físico.
 - No necesariamente debe ser un objeto, sino también un dibujo o incluso un guión gráfico (“storyboard”).
- Los prototipos pueden ser elaborados con materiales como papel, cartón, plastilina o bloques de lego.
 - Usualmente se emplean estos materiales económicos cuando el proyecto se encuentra en sus etapas iniciales y se va mejorando conforme el proyecto va mostrando progresos.

Prototipar

- Como ya debes saber, un prototipo dentro del proceso de diseño web suele ser uno de los elementos finales con los que el usuario puede interactuar y se utiliza para realizar pruebas. En el caso del Design Thinking, como ya hemos mencionado, el prototipo puede ser hecho con materiales y herramientas económicas, según el presupuesto con el que se cuente. La gran ventaja de usar este enfoque es que se pueden ir haciendo mejoras graduales al prototipo sin gastar demasiado.

Evaluar



- En esta etapa se realizan pruebas con los prototipos realizados previamente y se solicita a los usuarios sus opiniones y comentarios al respecto, en base al uso de los prototipos. Es una fase esencial en el Design Thinking pues ayuda a identificar errores y posibles carencias que puede tener el producto. En base a las pruebas se pueden presentar diversas mejoras sobre el producto.

Evaluar



- A pesar de ser la última fase puede que te encuentres con diversas situaciones que requieran regresar más de una etapa atrás en el proceso. Por ejemplo, si te das cuenta que no has definido bien el problema, entonces es necesario regresar hasta esa etapa y empezar nuevamente desde allí. De lo contrario, lo más probable es que regreses nuevamente a la etapa de prototipado para refinar ciertos detalles o incluir nuevas características.

Enfoque: Fase de Idear

Idear / Ideación

- Para diseñar un modelo de negocio nuevo o innovador, hace falta un proceso creativo para generar un número elevado de ideas de modelo de negocio e identificar las mejores.
- Este proceso se conoce como IDEACIÓN.

Porqué

Innovar

Retos

- Abundancia de información
- Abundancia de productos
- Consumidores más informados
- Mundo hiperconectado
- Mercados más competitivos

Lo que debemos evitar

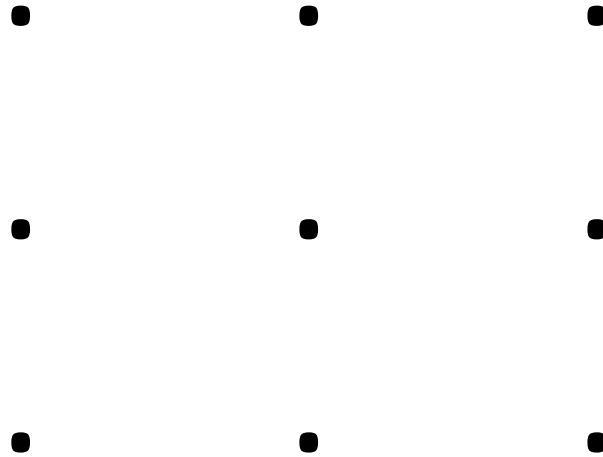
No ver más allá de nuestras narices
Ser Reduccionista
Ser Rígido
Ser Inflexible
Creer ser dueño de la verdad



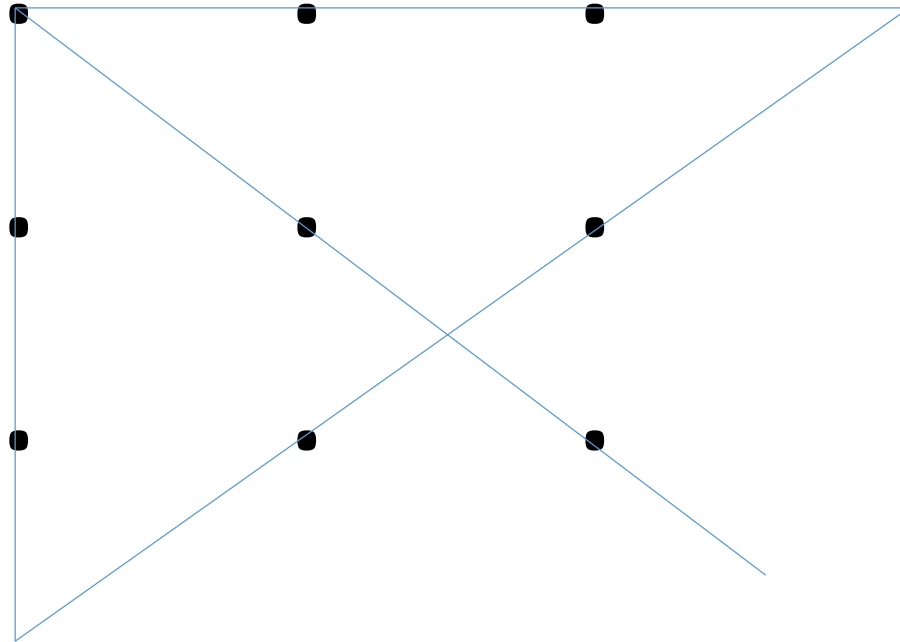
Innovación

- La innovación en modelos de negocio no mira al pasado.
- No consiste en observar a la competencia para copiarla, sino en crear nuevos mecanismos que permitan crear valor y percibir ingresos.
- Consiste en desafiar las normas para diseñar modelos originales que satisfagan las necesidades desatendidas, nuevas u ocultas de los clientes.

Une todos los puntos con 4 trazos
sin levantar el bolígrafo del papel



Une todos los puntos con 4 trazos
sin levantar el bolígrafo del papel



Idear / Ideación

- Para encontrar opciones nuevas o mejores, es necesario engendrar un puñado de ideas para después elegir las más apropiadas.
- En la ideación hay 2 fases
 1. Generación de ideas (lo importante es la cantidad)
 2. Síntesis. Las ideas se comentan y combinan para escoger un número reducido de opciones VIABLES

EPICENTROS DE LA INNOVACIÓN



- La innovación puede empezar por cualquier prioridad de negocios:
 - **OFERTA** (crear nuevas propuestas de valor)
 - **CLIENTES** (origen en las necesidades de los clientes, un acceso más sencillo o una mayor comodidad)
 - **FINANZAS** (nuevas fuentes de ingresos, mecanismos de fijación de precios o reducción de costos)
 - **RECURSOS** (Nacen de la infraestructura o asociaciones existentes y su objetivo es ampliar o transformar el modelo de negocio)

¿y si...?

- A menudo tenemos dificultades para concebir nuevos modelos de negocio porque nuestro pensamiento se ve reprimido por el statu quo.
- Las preguntas ¿Y si...? Nos ayudan a liberarnos de las ataduras impuestas por los modelos actuales. Nos retan a descubrir el modelo de negocio que podría funcionar para las diferentes suposiciones.

MÉTODO DE TRABAJO



- CREAR GRUPO DE TRABAJO
- QUÉ ELEMENTOS DEBEMOS ESTUDIAR ANTES DE GENERAR IDEAS DE MODELO DE NEGOCIO (estudio de clientes actuales o potenciales, nuevas tecnologías, evaluación del actual modelo de negocio)
- QUÉ INNOVACIONES SE NOS OCURREN PARA LOS DIFERENTES MÓDULOS DEL NEGOCIO

MÉTODO DE TRABAJO



- QUÉ CRITERIO USAMOS PARA ESTABLECER UN ORDEN DE PRIORIDADES A NUESTRAS IDEAS
 - (reducir el número de ideas a un número manejable)
- QUÉ ASPECTO TIENE EL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO CORRESPONDIENTE A CADA UNA DE LAS IDEAS SELECCIONADAS
 - (comentarlas como prototipos)



Ejercicio

Generación de Ideas