



# INNOVACIÓN CON DESIGN THINKING:

Guía rápida →





## CONTENIDO: **GUÍA RÁPIDA**

**01**

La Nueva Era de la Innovación Empresarial

**02**

Design Thinking para liberar el Potencial Creativo e Innovador

2.1 ¿Cómo funciona Design Thinking?

**03**

Etapas de Design Thinking

**04**

¿Design Thinking es para ti?

---

*En este descargable encontrarás la clave para competir en la era de innovación a través de una herramienta de fácil aplicación: Design Thinking. La metodología ideal para incentivar la creatividad y el pensamiento innovador que te permitirá impulsar nuevas alternativas de crecimiento para tu negocio.*

**Comencemos ¡YA!**

# 2021

## LA NUEVA ERA DE LA INNOVACIÓN

El futuro en el que estamos entrando es prácticamente inexplorado. Los nuevos desarrollos tecnológicos están dando forma a la manera en que se produce, se consume y se interactúa, tanto desde el lado del cliente como desde la perspectiva empresarial. La clave, entonces, reside en si serás capaz de ser lo suficientemente ágil para mantenerte al día o, por el contrario, te quedarás atascado en viejos paradigmas con una fecha de caducidad etiquetada en ellos.

**“ En un mundo con un ritmo de cambio tan alto, agilidad significa sobrevivir ”**

### ¿CÓMO COMPETIR EN LA NUEVA ERA DE INNOVACIÓN?

“Adaptarse”, está es una de las palabras clave que siempre salen a relucir cuando se habla de lo cambiante que es el mundo actual, sin embargo, la realidad es que tienes que hacer más que adaptarte, tienes que prepararte constantemente para un futuro que todavía no puedes ver. De hecho, es mejor prepararse que adaptarse, por que cuando te estás adaptando, por definición, ya estás atrasado.

¿Cómo lograrlo? Impulsando el aprendizaje, la creatividad y haciendo de la innovación un proceso interno de la cultura de tu empresa.



# DESIGN THINKING PARA LIBERAR EL POTENCIAL CREATIVO E INNOVADOR

La creatividad y la innovación son dos piezas claves para el éxito, pues ambas brindan importantes fuentes para crear diferenciación y ventajas competitivas. Ahora bien, cada persona tiene un potencial creativo, que utiliza de forma espontánea para resolver un problema de forma pragmática: encontrar el camino más corto para ir del punto A al punto B, reparar un objeto roto, optimizar un espacio de almacenamiento, etc.

Design Thinking consiste en explotar esta capacidad instintiva de innovación para brindar soluciones efectivas y duraderas a los consumidores.

Este método de innovación se inspira en la estrategia del diseñador, utiliza sus herramientas y explota sus metodologías para crear productos prácticos, adaptados a las necesidades de los usuarios y económicamente viables.

## EL USUARIO EN EL CORAZÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

Durante mucho tiempo, los productos y servicios fueron diseñados por equipos técnicos y luego lanzados al mercado por equipos de ventas. Por tanto, el usuario era el último eslabón de la cadena de procesos.

**¿Resultado? Productos a menudo inadecuados para las necesidades de los consumidores, una pérdida de tiempo y energía perjudicial para la empresa y, por supuesto, con repercusiones económicas perjudiciales.**

Pero hoy, la era del “techno push” ha terminado y la tendencia se invierte. Ahora el usuario está en la parte superior de la cadena de diseño. Es en torno a sus necesidades, sus expectativas, sus hábitos, que el producto o servicio echará sus raíces y verá la luz. Por lo tanto, las empresas buscan cada vez más centrarse en el usuario. Design Thinking, se basa en esto y sitúa al usuario en el centro del proceso de creación.

**¿Resultado? Productos o servicios rentables, eficientes y ergonómicos, en perfecta armonía con las necesidades y expectativas de los consumidores.**



# ¿CÓMO FUNCIONA DESIGN THINKING?

El pensamiento de diseño es un enfoque sistemático para resolver problemas. Básicamente, el proceso consiste en definir un problema, identificar diferentes formas de resolverlo y probar las soluciones para encontrar la mejor de ellas:

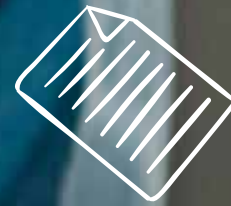




Design Thinking es un proceso no lineal que distingue 5 etapas clave: Empetizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar. Durante el proceso se desarrollan técnicas con un gran contenido visual lo que permite que los involucrados pongan a trabajar tanto la mente creativa como la analítica, dando como resultado soluciones innovadoras y a la vez factibles.

**Antes de comenzar a utilizar la metodología es muy importante que prepares estos cuatro puntos:**

- » **Los materiales:** Los usados en las técnicas de Design Thinking están al alcance de cualquiera: rotuladores, hojas de papel, notas adhesivas, lápices de colores, pegamento, etc.
- » **El equipo:** En el Design Thinking es imprescindible trabajar en equipo. Cuanto más diverso sea, mejor. Así podrán sumar puntos de vista, conocimientos y experiencia.
- » **El espacio:** Durante el proceso necesitarán un espacio de trabajo. Piensa en un lugar luminoso e inspirador, que propicie el trabajo distendido y los haga sentir cómodos y con un buen estado anímico.
- » **La actitud:** En el Design Thinking es imprescindible la actitud. Tú y tu equipo deben adoptar lo que se denomina "Actitud del Diseñador". Es decir, deben ser curiosos, y observadores, empáticos. Deben cuestionarse el Status Quo, y no cargar con prejuicios o asunciones. Ser optimistas y positivos. Perder el miedo a equivocarse y ver los errores como oportunidades.



7

**Design Thinking** es un enfoque de la innovación centrado en el ser humano que se basa en el conjunto de herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito empresarial.



*Genera valor como un cohete propulsor en la cultura innovadora y creativa de tu empresa.*

## ETAPAS DE DESIGN THINKING

## Técnica y/o Herramientas



### EMPATIZAR

En esta etapa el objetivo es obtener un conocimiento profundo de la persona o cliente para el que estás resolviendo una problemática. Para lograrlo debes ponerte en la piel de los clientes y trata de dar sentido a sus problemas reales, sus necesidades y deseos, sus emociones, sentimientos, motivaciones, desafíos y experiencias. Hacerlo te permitirá obtener información valiosa que a su vez te ayudará a crear una solución exitosa para su problema.

1. Buyer persona
2. Mapa de empatía
3. Mapa del viaje del cliente (Customer Journey Map)
4. Lienzo de propuesta de valor



### DEFINIR

En esta etapa defines qué problema de usuario intentarás resolver, en otras palabras, ¿cuál es tu desafío de diseño? Esto es muy importante porque asegura que comprendas completamente el objetivo de tu proyecto de diseño, es decir, un objetivo claro hacia el que trabajar.

El objetivo de esta etapa es: Identificar una declaración de problema.

Una declaración de problema identifica la brecha entre el estado actual (es decir, el problema) y el estado deseado (es decir, el objetivo) de un proceso o producto.

1. Diagrama de afinidad
2. 5 porqués
3. Diagrama de causa y efecto
4. Preguntas clave



### IDEAR

En esta etapa el objetivo es explorar y proponer tantas ideas como sea posible. Algunas de estas ideas se convertirán en posibles soluciones a tu desafío de diseño; algunos terminarán en la pila de rechazos. En esta etapa, la atención se centra en la cantidad de ideas más que en la calidad. El objetivo principal de una sesión de ideación es descubrir y explorar nuevos ángulos y avenidas: pensar fuera de la caja. En aras de la innovación y la creatividad, es esencial que la fase de ideación sea una "zona libre de juicios"

1. Mapa mental
2. Seis sombreros para pensar
3. Lluvia de ideas
4. Brainwriting
5. Supuestos desafiantes



### PROTOTIPAR

En esta etapa el objetivo es identificar la mejor solución posible entre las muchas que tienes a la mano y en caso de tratarse del desarrollo de un nuevo producto, debes comenzar a crear el prototipo.

En la etapa previa generaste múltiples ideas, en esta etapa es momento de que identifiques aquella que resuelva la necesidad del usuario. Como componentes básicos esa idea debe ser: viable y factible.

#### Evaluación de ideas:

1. Checkerboard
2. Método Walt Disney
3. 8 Factores

#### Prototipado

1. Storyboard
2. Role play
3. Maquetas
4. Desktop Walkthrough
5. Mock-ups



### PROBAR

Sigue la última etapa: ¡Pon tu prototipo frente a usuarios reales y mira cómo le va! La fase de prueba te brinda la retroalimentación y la información que necesitas para iterar en tu prototipo y realizar mejoras. La creación de prototipos y las pruebas van de la mano. Así que una vez que hayas creado un prototipo, deberás presentarlo a usuarios reales.

Una declaración de problema identifica la brecha entre el estado actual (es decir, el problema) y el estado deseado (es decir, el objetivo) de un proceso o producto.

1. Prueba de concepto
2. Pruebas de usabilidad
3. Prueba con el primer clic





# ¿DESIGN THINKING ES PARA TI?

Por la experiencia de BLGroup podemos asegurarte que las organizaciones que han adoptado Design Thinking lo han hecho por múltiples razones, es decir, no solo se usa para desarrollar nuevos productos. Algunos programas que hemos implementado se llevaron a cabo debido al fracaso de proyectos anteriores. Otros surgieron de la frustración de la alta dirección con una organización lenta y burocrática. Otros buscaban mejorar el servicio al cliente, fomentar el espíritu de colaboración o atraer y retener talento. Y otros perseguían todos estos objetivos y más.

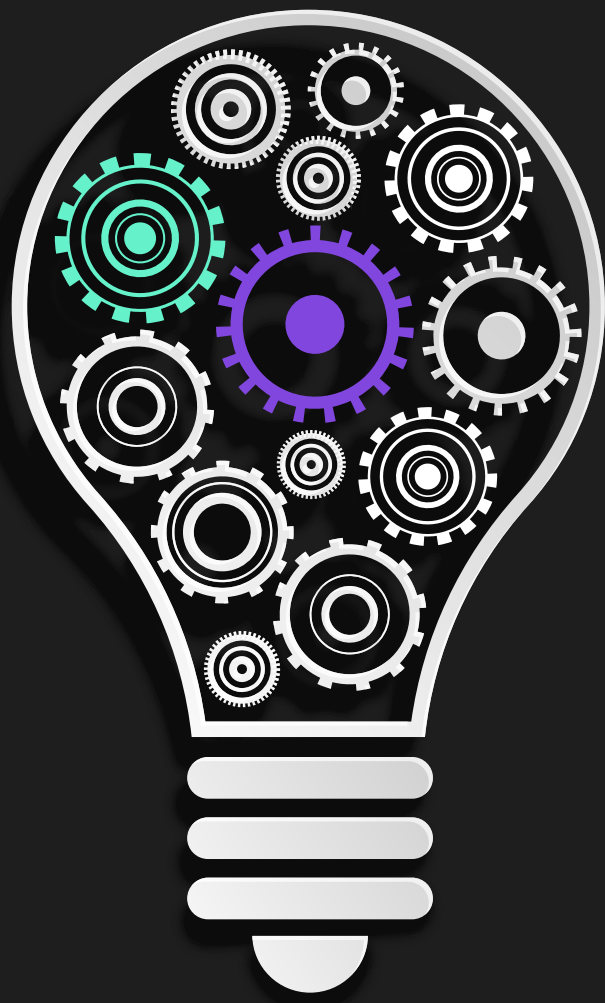
En **BLGroup** hemos cubierto cada etapa de Design Thinking con las herramientas ideales para implementarla en tu organización de manera efectiva.



**BLGroup**

---

**¡APORTA VALOR AL TALENTO DE TU ORGANIZACIÓN**



¿Deseas dar un nuevo impulso a tu negocio y destacarte de la competencia?

Piensa en grande e invierte en un enfoque de Design Thinking

**Tienes un proyecto en mente ¡Hablemos de él!  
Contáctanos**



55 65 83 55 94



@BLGroupMex



www.blgroup.com.mx



BLGroup / @BLGCapacitacion



info@blgroup.com.mx



BLGroup- Capacitacion y Consultaría Empresarial