

Design Thinking y cómo puede usarse en la Administración Pública

Antes de empezar...

Antes de empezar ...

Dos preguntas para tu reflexión

Antes de empezar ...



¿Para qué te has apuntado a este seminario?

Antes de empezar ...



¿Qué sabes de **Design Thinking**?

¿Qué vamos a ver en esta sesión?

Cuál es mi compromiso para hoy

- 1 Concepto y características de Design Thinking
- 2 Potenciación de la creatividad y el análisis
- 3 Las 5 etapas del proceso
- 4 Herramientas y técnicas de empatía, definición, ideación, prototipado y testeo

1

Punto de partida

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

¿Sabes para que tienes una lavadora?



INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

Los productos y servicios hacen por nosotros 3 trabajos por nosotros:

- Funcional.
- Emocional.
- Social.

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

La lavadora

- Funcional: Lava la ropa de manera autónoma.
- Emocional. Nos hace sentir bien, tener tiempo para otras cosas
- Social.



INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

El origen del problema :

La ropa se ensucia

Por lo que la lavadora es una solución al problema.

Pero hay más soluciones que la lavadora para tener la ropa limpia.



INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

¿Cuál es el problema que solucionamos a nuestros usuarios?

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

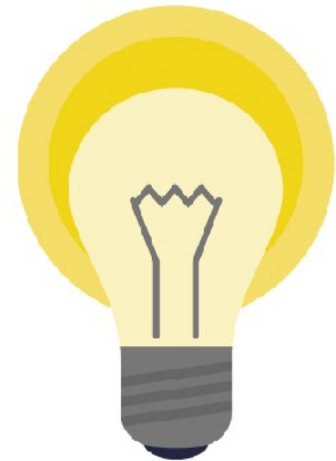
Design Thinking nos aterriza en :

- El problema del cliente.
- En el mundo de la observación.
- En el mundo de la empatía.
- En la divergencia y convergencia de problemas.
- En la divergencia y convergencia de soluciones.

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING

Es un método encuadrado en el marco de las metodologías ágiles, que nos permite generar soluciones innovadoras basadas en las necesidades de los usuarios.

Tim Brown y David Kelley popularizaron el Design Thinking y le dieron la dimensión fuera del diseño de producto.



Qué NO es el Design Thinking

“**Design thinking**” significa “pensamiento de diseño”.

Va más allá de la concepción puramente estética del diseño.

Mientras que el diseño tradicional trabaja sobre **una idea** ya **desarrollada**, en el caso del **Design Thinking** lo que se busca es **crear ideas** que **satisfagan** mejor los **deseos** y las **necesidades** de los **usuarios**.

Qué SI es el Design Thinking

Diseño centrado en las personas

Pone en el **centro** a los usuarios entendiendo su porqués, Para qué y qué.

Respondiendo a sus **necesidades**.

Dentro del **contexto** en el que se desenvuelven.



Qué SI es el Design Thinking

Interdisciplinario, colaborativo y experimental

El **Design Thinking** no es un proceso de **una sola persona**, ni de una sola disciplina o forma de entender el mundo. Se basa en la suma de ideas para construir nuevas ideas que lleven a diferentes posibles soluciones.

Es un proceso basado en la **experimentación** por lo que está aceptado el **error** y el **fracaso** como parte del proceso de **aprendizaje**.

Qué SI es el Design Thinking



Qué SI es el Design Thinking

Es sistémico

El **Design Thinking** es un proceso que cuenta con diferentes fases y que aborda el ciclo completo de la innovación. Se basa en la profunda comprensión de las vidas de los usuarios y en una experimentación rápida para lograr crear valor y soluciones transformadoras.

Es recomendable que participen personas externas al equipo tradicional que traigan un pensamiento ajeno, fuera de la caja.

Qué SI es el Design Thinking

Construir para pensar

El **Design Thinking** es un proceso que pone el foco en construir o desarrollar para tener ideas y llegar a la solución al problema.

En lugar de tener la idea /solución de partida que nos lleve a construirla.

Qué SI es el Design Thinking

Es sistémico

El **Design Thinking** es un proceso que cuenta con diferentes fases y que aborda el ciclo completo de la innovación. Se basa en la profunda comprensión de las vidas de los usuarios y en una experimentación rápida para lograr crear valor y soluciones transformadoras.

Es recomendable que participen personas externas al equipo tradicional que traigan un pensamiento ajeno, fuera de la caja.

Mentalidad de Design Thinking



persona



visual



Colaboración



proceso



Prototipado

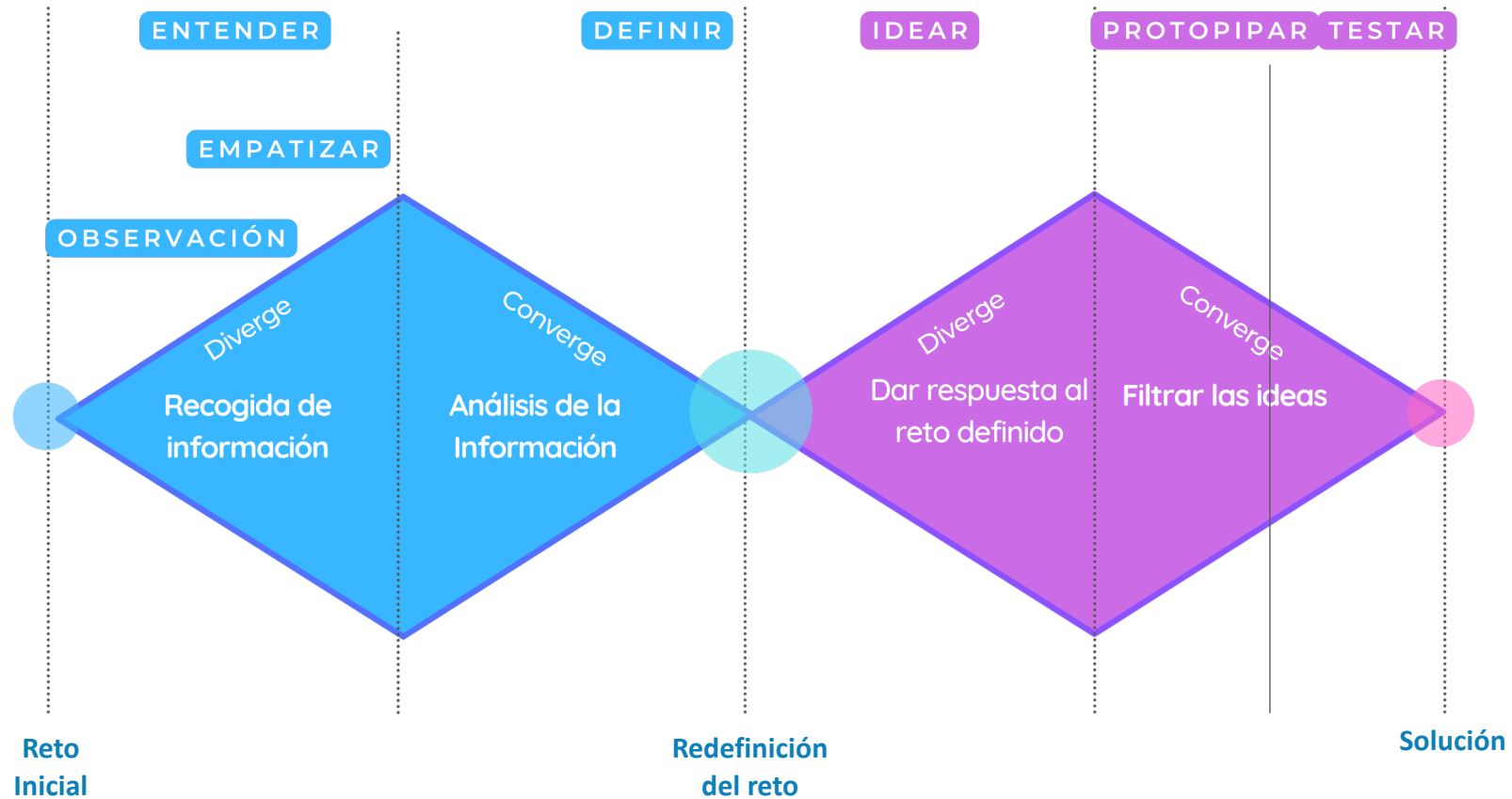


Acción

2

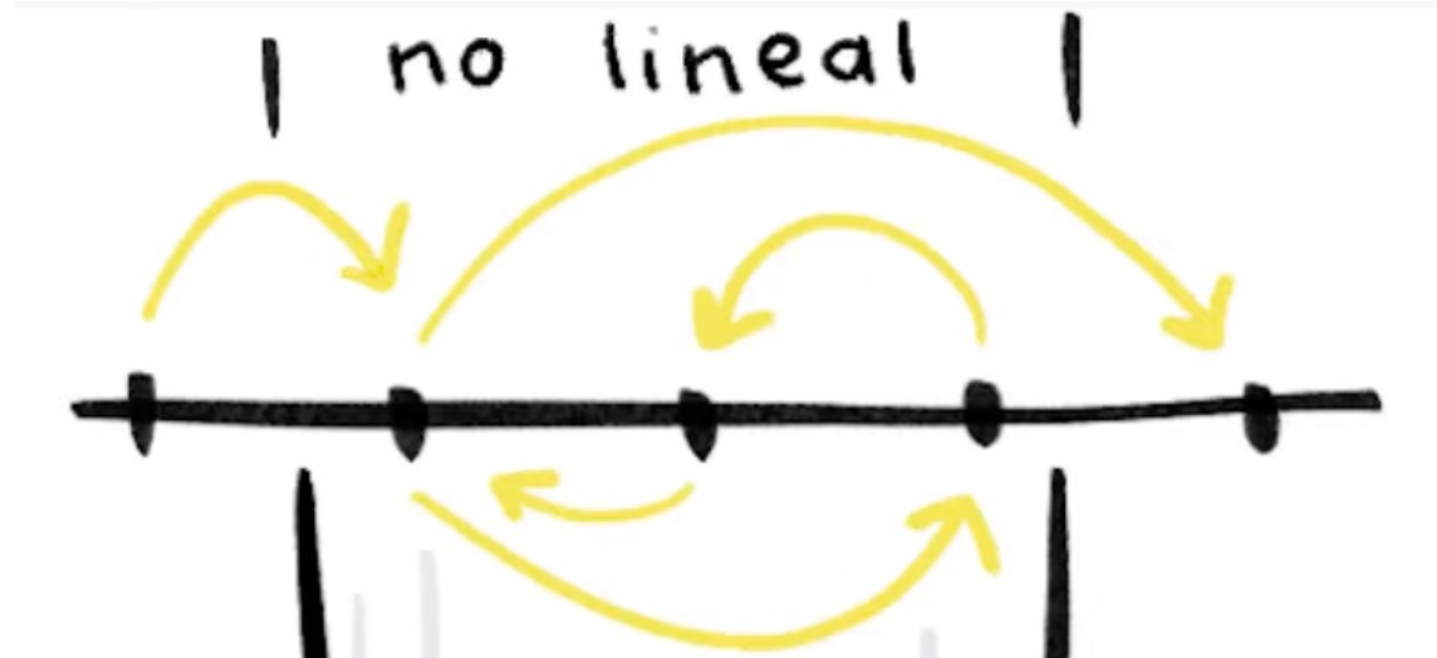
El proceso de Design Thinking

Las 5 fases del proceso



Las 5 fases del proceso

Proceso no lineal iterativo



Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

A partir de:

- Observación
- Empatía

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Observación e investigación

Investigar al usuario en su comportamiento con la problemática en la que se encuentra.

Investigación Social Vs Investigación de mercado

- Centrado en el valor de las personas
 - Recopilación de historias de usuario
 - Uso de la empatía
 - Presentación patrones y de arquetipos de usuarios
- Centrado en el valor de la empresa
 - Recopilación de datos
 - Uso de estadística
 - Presentación de datos y proyecciones

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Observación e investigación para entender a través de:

- **Leer estudios**, investigaciones, casos de uso de este tipo de usuarios.
- **Entrevistas físicas**, o bien, a través de cuestionarios **digitales** con preguntas abiertas.
- **Antropológica**: Observar a los usuarios desde su comportamiento:
 - **Shadowing**: Observar a los usuarios en 3ª personas durante su relación con el problema.
 - **Inmersión**: Ponerse en la piel del usuario, experimentando su dolor o problema.
 - **Co-Creación**: Compartir procesos creativos para entender lo que le ocurre.

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Recomendaciones:

- **Salir de la oficina** o de casa para ponernos en el contexto del problema del cliente.
- **Analizar** su **comportamientos** en **redes sociales**, poner foco en sus opiniones.
- Buscar **informes** de **investigación fiables** por internet.
- Mostrar toda la **información** obtenida en un muro, hazlo visible.
- Emplea la **inteligencia creativa**, cuestionar lo preestablecido.

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Herramientas:

- Mapa de empatía.
- Costumer Journey Map.

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Mapa de empatía

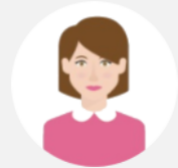


Herramienta diseñada por XPLANE

Las 5 fases del proceso

1ª Fase: Entender

Customer Journey Map



DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

- Datos descriptivos, sociales, familiares.
- Estilo de vida: cómo es su día a día.
- Valores de vida.
- Relación con el servicio o producto en genérico.
- Relación con mi empresa, producto o servicio.
- OBJETIVO QUE TIENE EN RELACIÓN A NOSOTROS.

FASES Descritas por el cliente					
NECESIDADES Del cliente en cada momento de las fases					
ACTIVIDADES Del cliente para satisfacer necesidad					
CANALES, PUNTOS DE CONTACTO, EMPRESAS IMPLICADAS					
EXPECTATIVA Del cliente en cada una de las fases					
SENSACIONES Percepción del cliente real positiva, negativa o neutra				
EXPERIENCIA MEMORABLE Experiencia perfecta					
OPORTUNIDADES Derivadas de este análisis					

Las 5 fases del proceso

2ª Fase: Definir el reto.

El reto o problema hay que escribirlo de manera específica, es el final del análisis resultado de la observación.

De aquí vendrá el reto redefinido.

¿Cómo podríamos y clave de diseño que hemos observado?

Las 5 fases del proceso

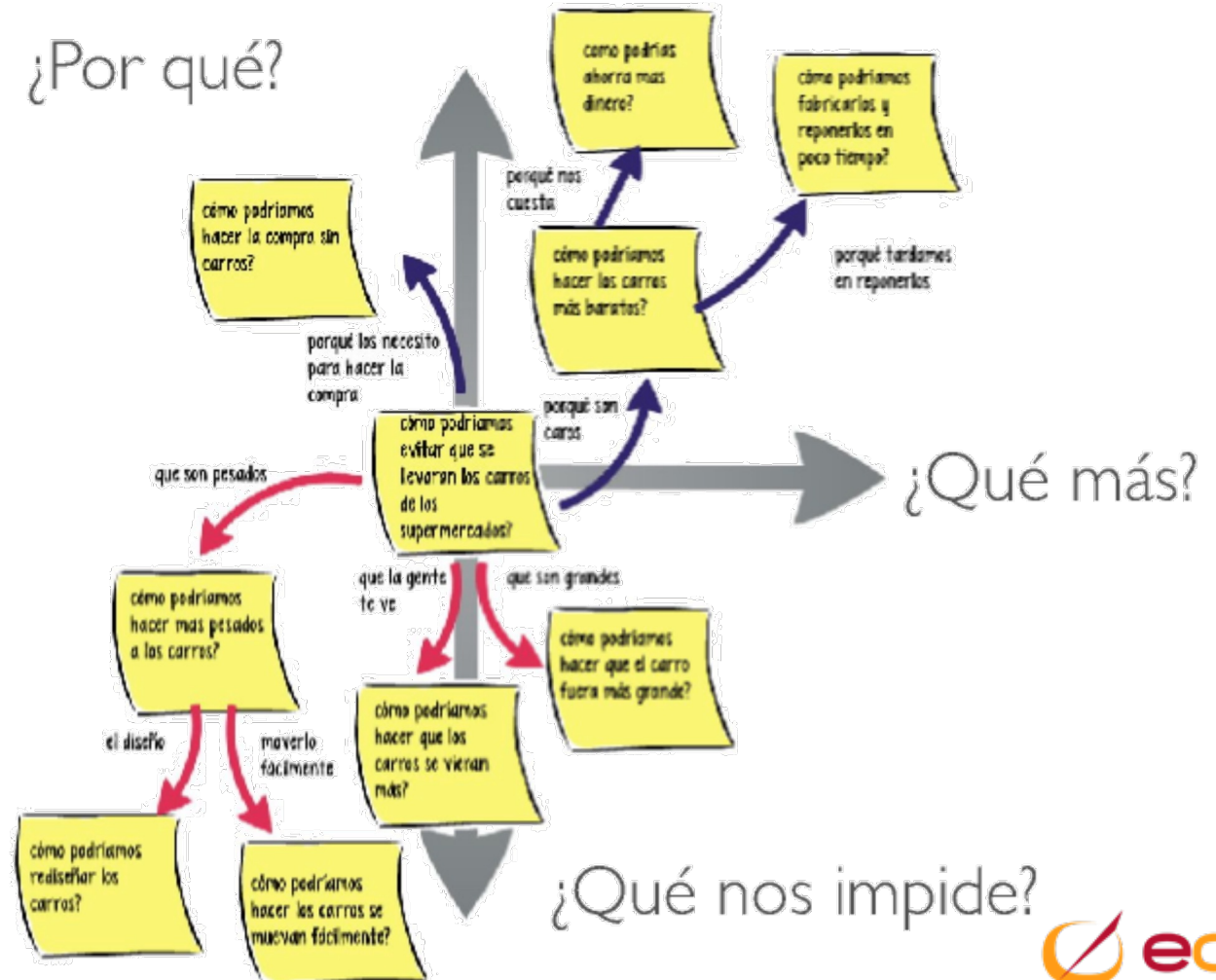
2ª Fase: Definir el reto.

Herramienta: Mapa de reto

- 5 porqués.
- 5 ¿qué nos impide?

Por cada porqué tendremos un nuevo reto

Ponemos en el centro el reto inicial.



Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Fundamental:

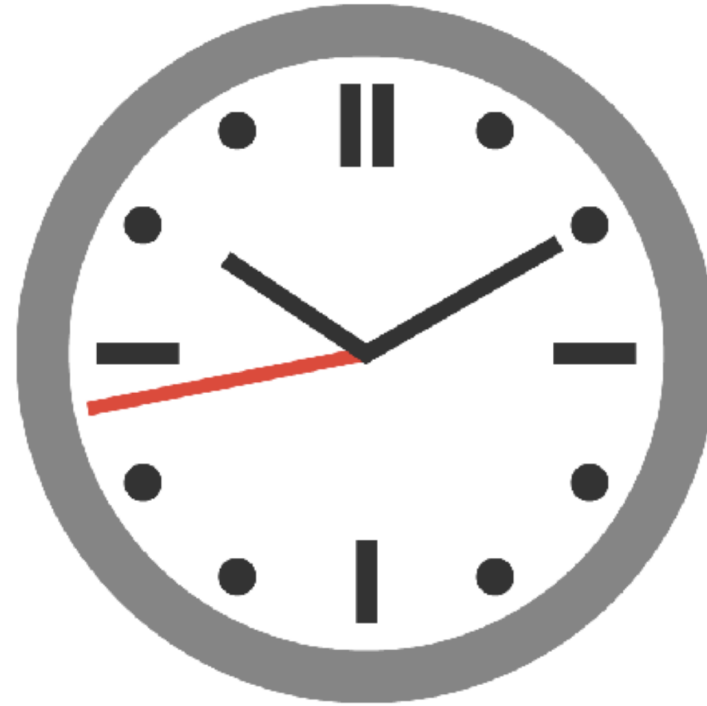
- **Habilidad** para eludir el **juicio**.
- **Principio** de la **divergencia** <: Generar ideas. Se aceptan todas sin evaluarlas
- **Principio** de **convergencia** >: fase creativa en la que evaluamos las ideas.

Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

limita el tiempo 20-40 min



Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

4-5 personas es suficiente



Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

determina bien el foco pero todo vale



Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

se radical en las ideas

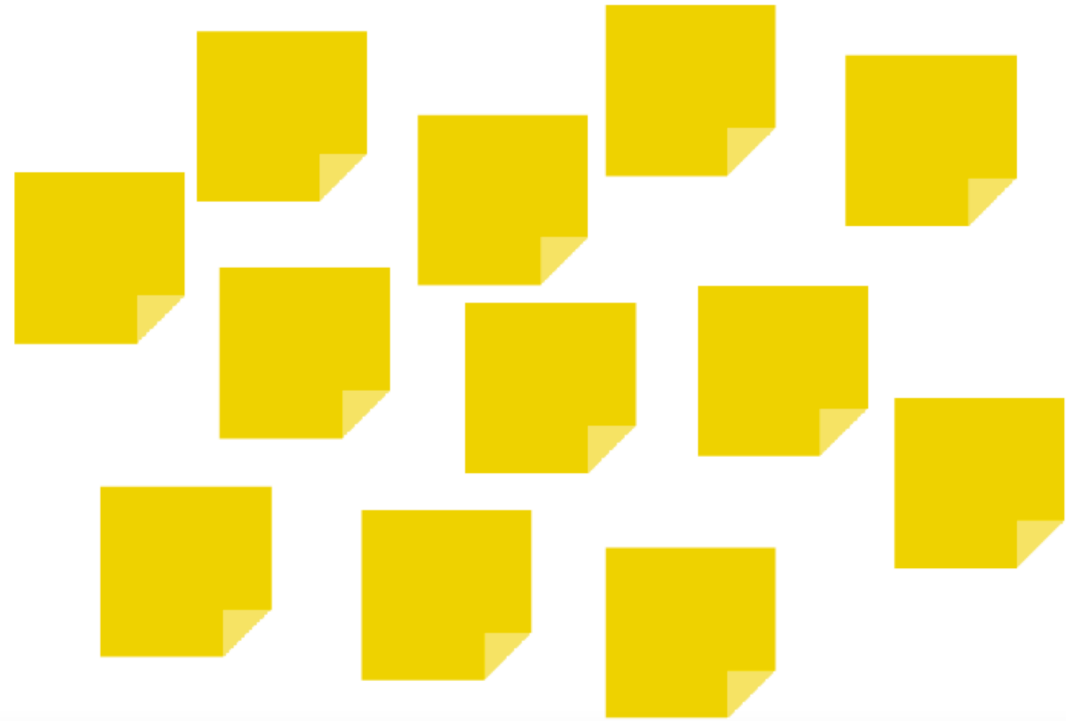


Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

lo importante es la cantidad y no la calidad



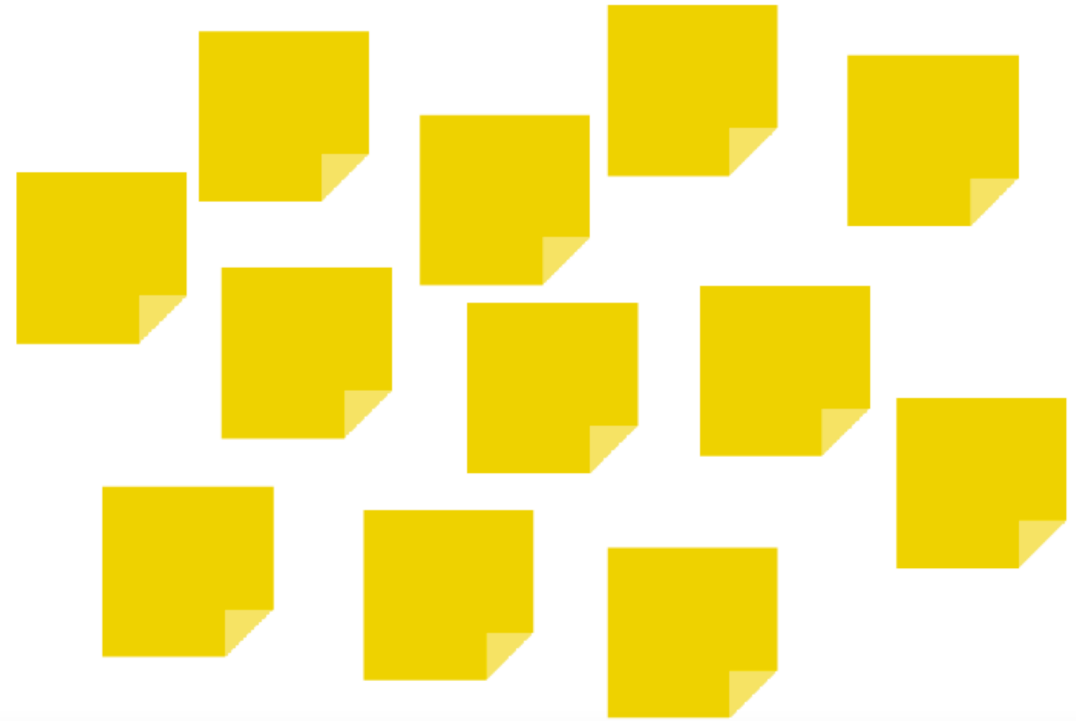
Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming
Converger según los criterios:

- Funcionales.
- Útiles.
- Facilidad de realizar.
- Impacto.

lo importante es la cantidad y no la calidad



Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: SCAMPER

Acrónimo de: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Propósito, Elimina y Reorganizar/Revertir.

Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: SCAMPER

- **Sustituir:** ¿Qué se puede reemplazar? (por ejemplo, componentes, materiales, personas)
- **Combinar:** ¿Qué se puede combinar? (por ejemplo, otras características, dispositivos)
- **Adaptar:** ¿Qué se puede añadir? (como nuevos elementos o funciones)
- **Modificar:** ¿Qué se puede modificar?

Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

Herramienta: SCAMPER

- **Modificar:** ¿Qué se puede modificar? (por ejemplo, cambiar el tamaño, la forma, el color u otro atributo)
- **Propósito:** ¿Podría dar un uso diferente al producto, o utilizarlo en otra industria?
- **Eliminar o minimizar:** ¿Qué se puede eliminar o simplificar?

Las 5 fases del proceso

3ª Fase: Ideación.

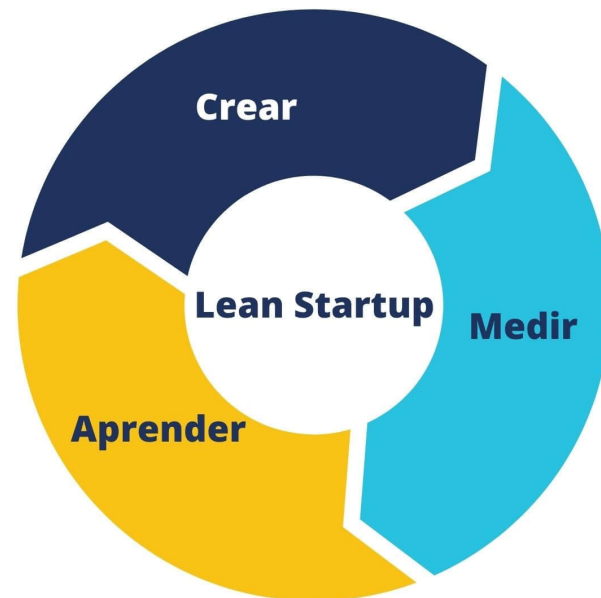
Herramienta: SCAMPER

- **Propósito:** ¿Podría dar un uso diferente al producto, o utilizarlo en otra industria?
- **Eliminar o minimizar:** ¿Qué se puede eliminar o simplificar?
- **Reinvertir:** ¿Qué pasaría si se invirtiera el proceso de producción del producto? ¿Qué se puede cambiar o darle la vuelta?

Las 5 fases del proceso

4ª y 5ª Fase: Prototipado.

Desarrollo de la solución a través de **Lean startup** y **Scrum**



Las 5 fases del proceso

4ª y 5ª Fase: Prototipado Testear.

Un prototipo nos sirve para probar un concepto.

Ventajas:

- Evita hacer una gran inversión al principio en un producto que no termina de gustar a nuestros usuarios.
- Reduce el riesgo, ya que si alguna función de nuestro producto no gusta, dejamos de implementarla antes de la fabricación en cadena.
- Permite mejorar nuestro producto según la aceptación que ha tenido entre los clientes.

Las 5 fases del proceso

Y por último ...

ITERAR, MEJORAR E IMPLEMENTAR

No hay Aprendizaje sin Acción.

¿Qué es lo más **útil** que te llevas de esta sesión que vayas a **poner en práctica** mañana mismo?

No hay Aprendizaje sin Acción.

¿Cuándo lo vas convertir en una acción?

¡¡Muchas Gracias!!