

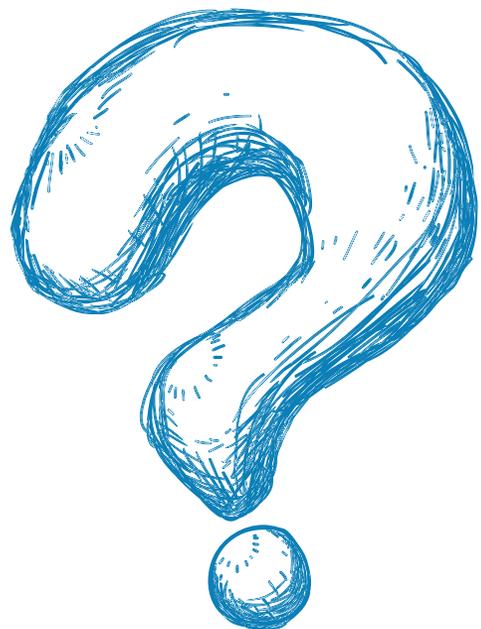
# Design Thinking y cómo puede usarse en la Administración Pública

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

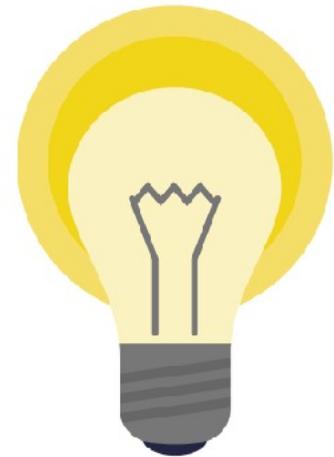
Design Thinking nos aterriza en :

- 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 qués y qués.

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

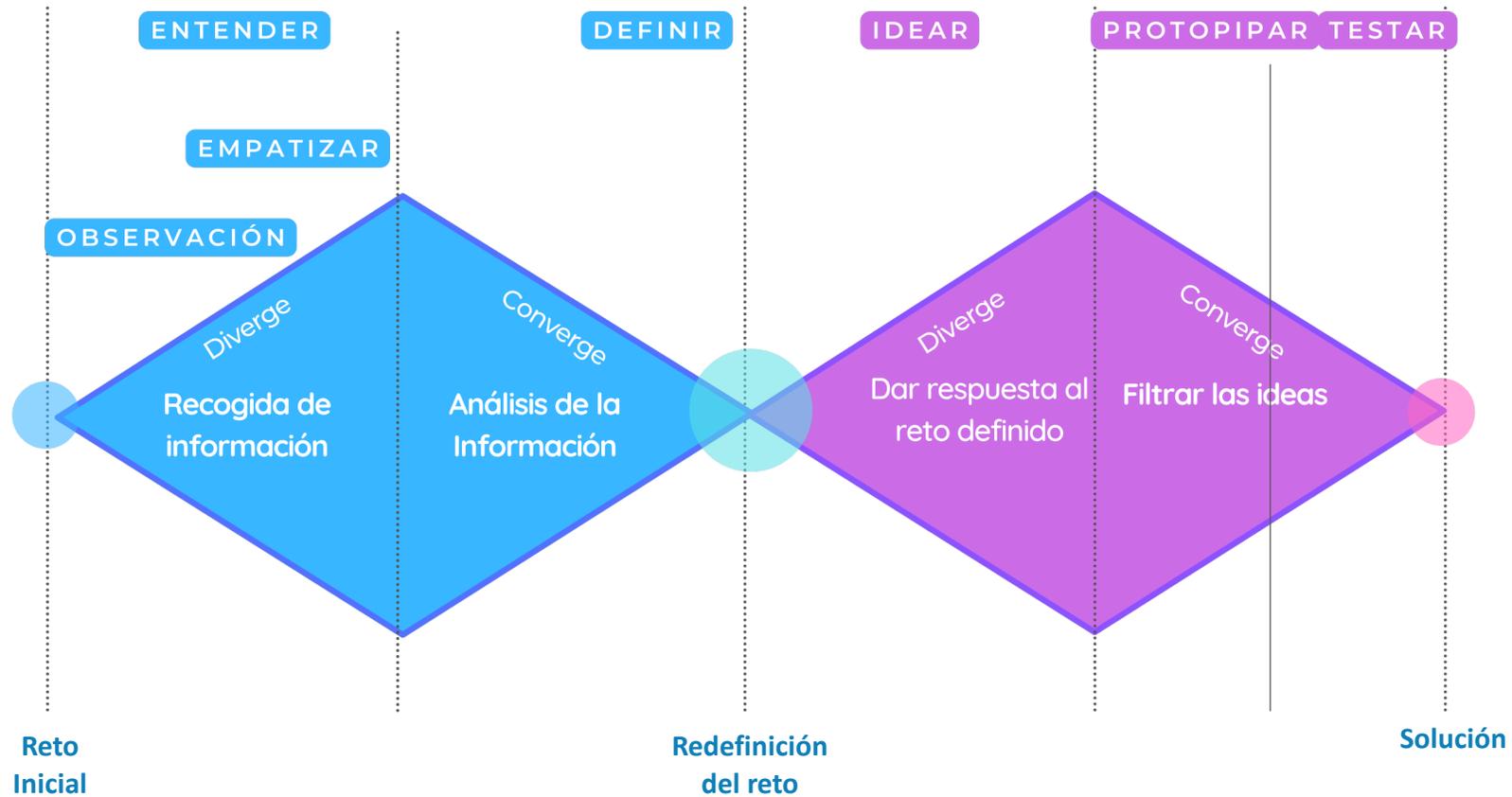


Acción

2

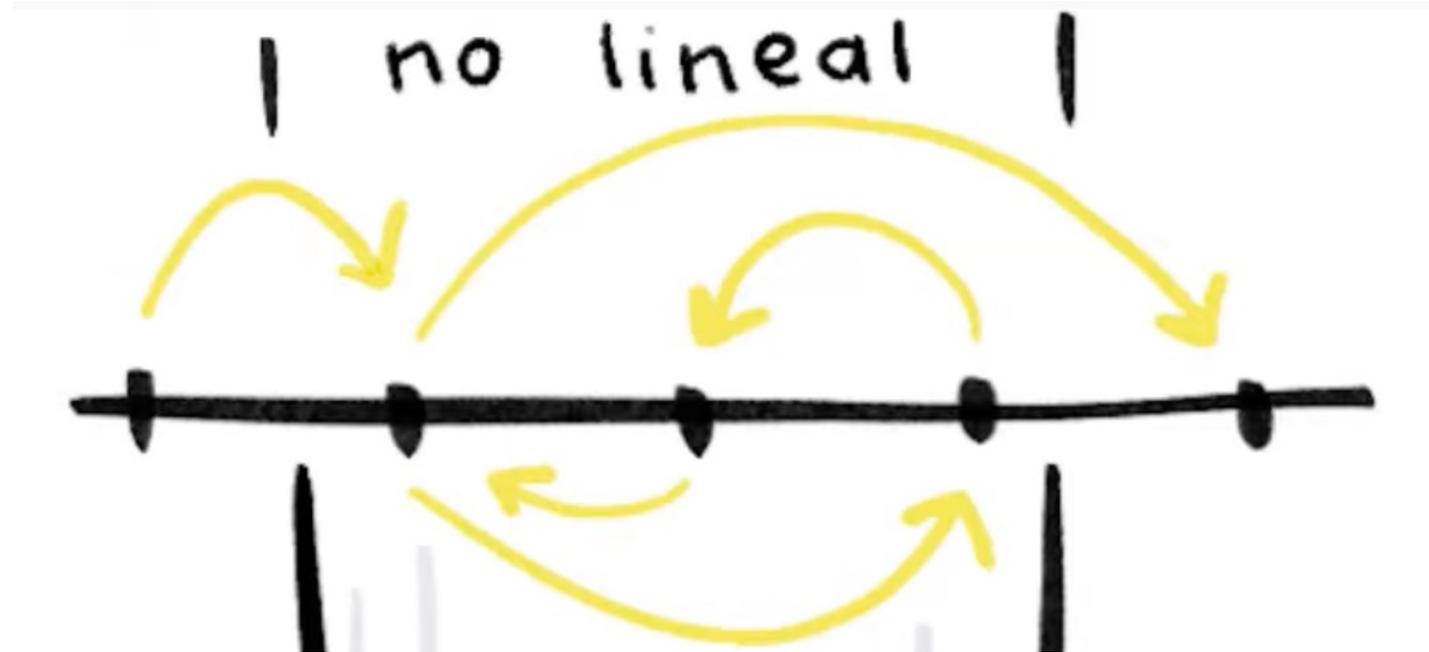
## El proceso de Design Thinking

# 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.

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

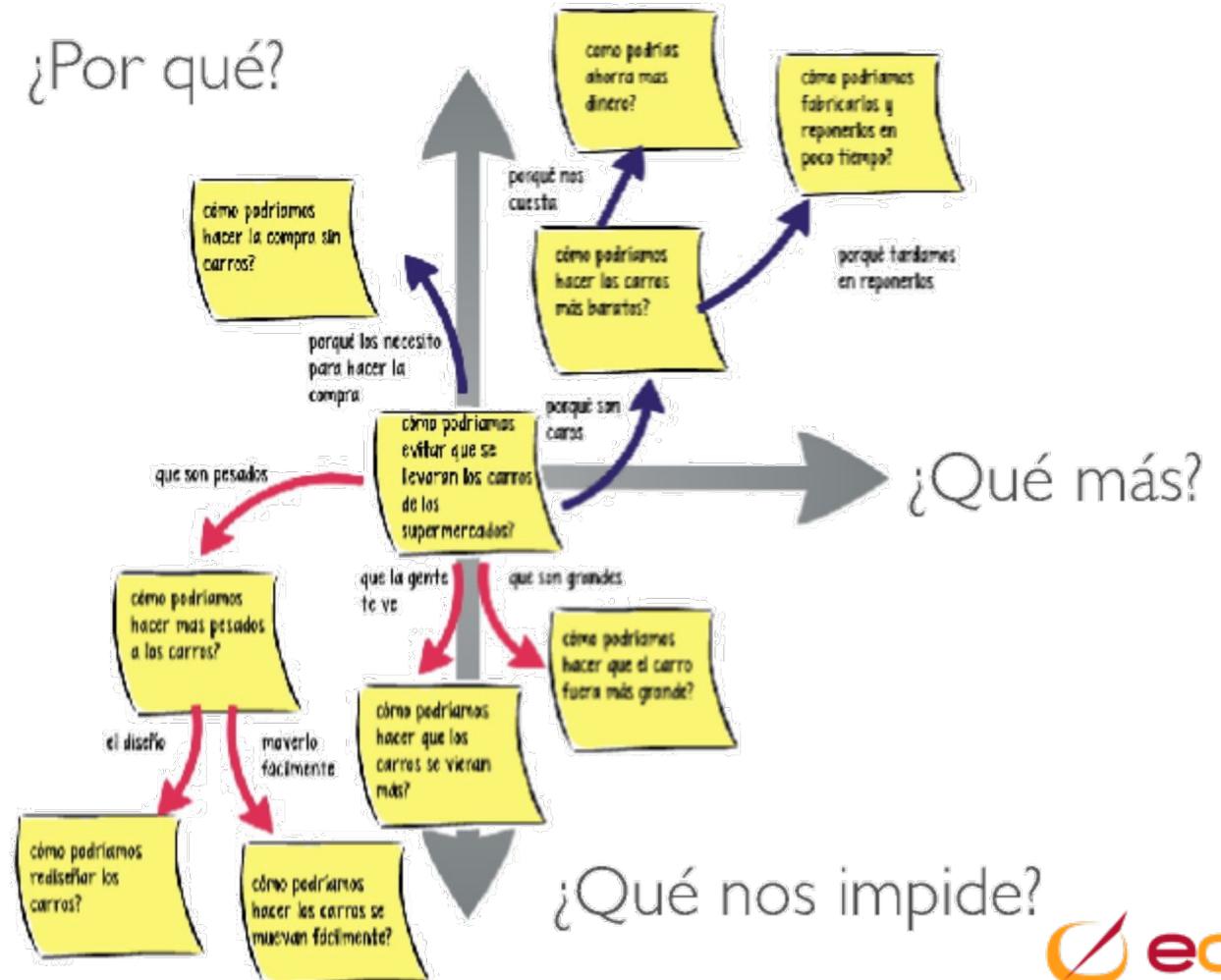
## 2ª Fase: Definir el reto.

### 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:

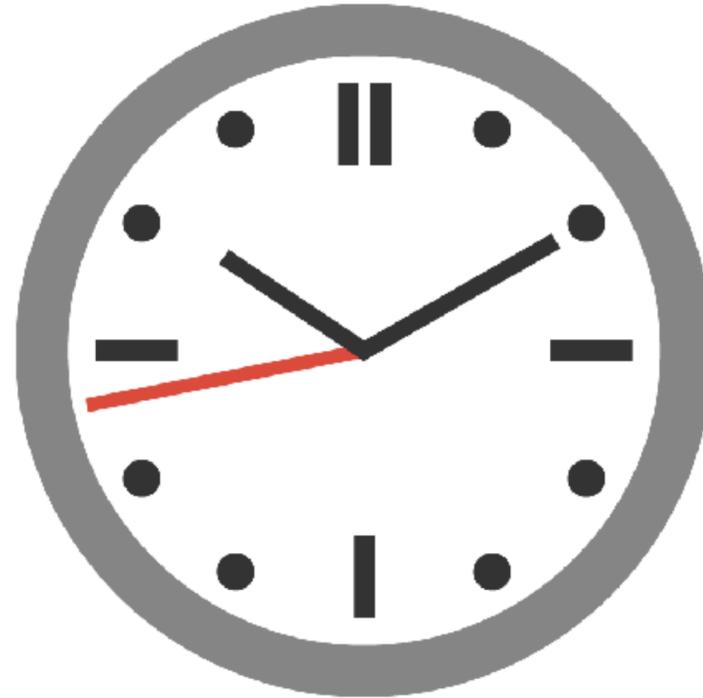
- **Habilidad** para eludir el **juicio**.
- **Principio** de la **divergencia** <: Generar ideas. Se aceptan todas sin evaluarlas
- **Principio** de **convergencia** >: fase creativa en la que evaluamos las ideas.

# 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.

se radical en las ideas

Herramienta: BrainStoarming

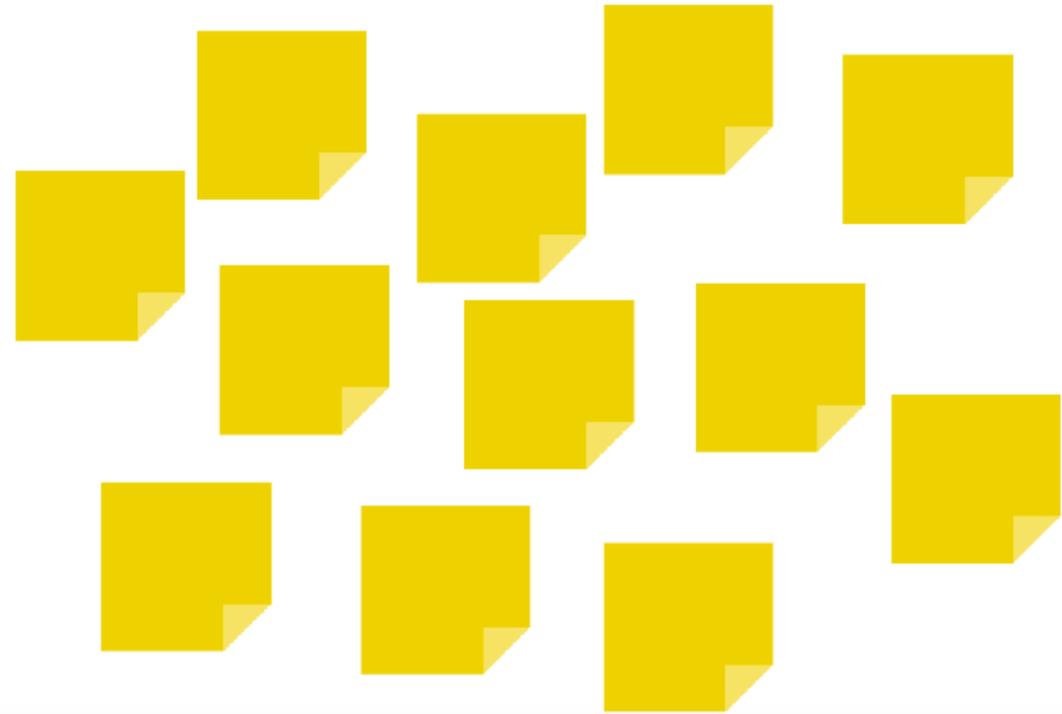


# Las 5 fases del proceso

## 3ª Fase: Ideación.

Herramienta: BrainStoarming

lo importante es la cantidad y no la calidad



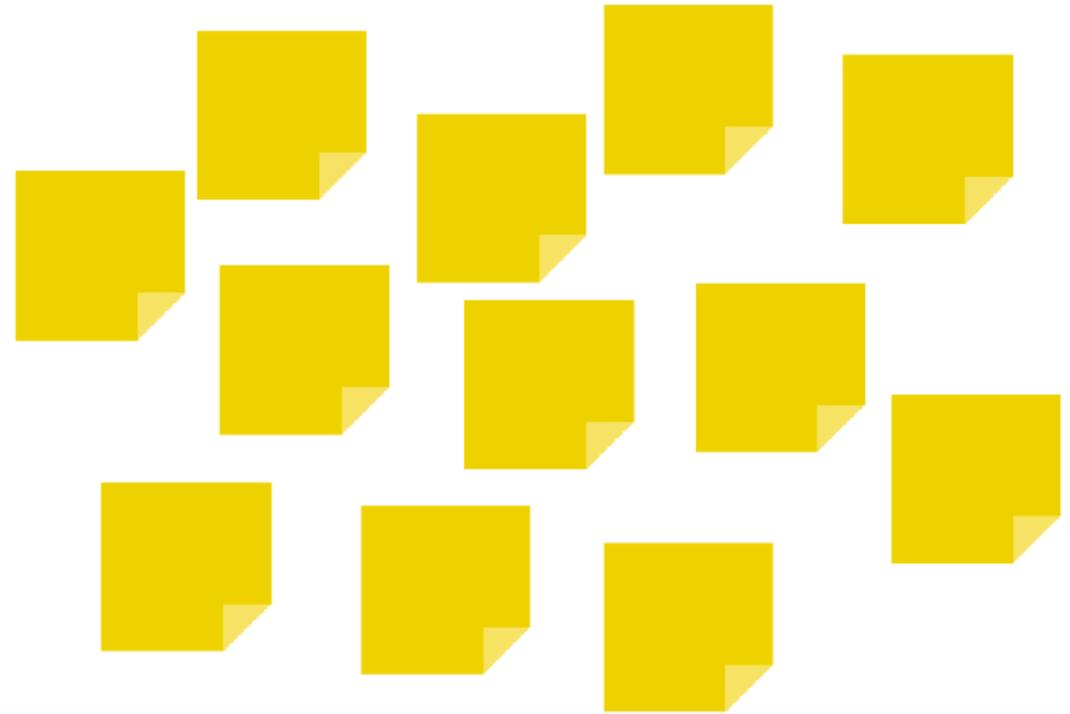
# Las 5 fases del proceso

## 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.

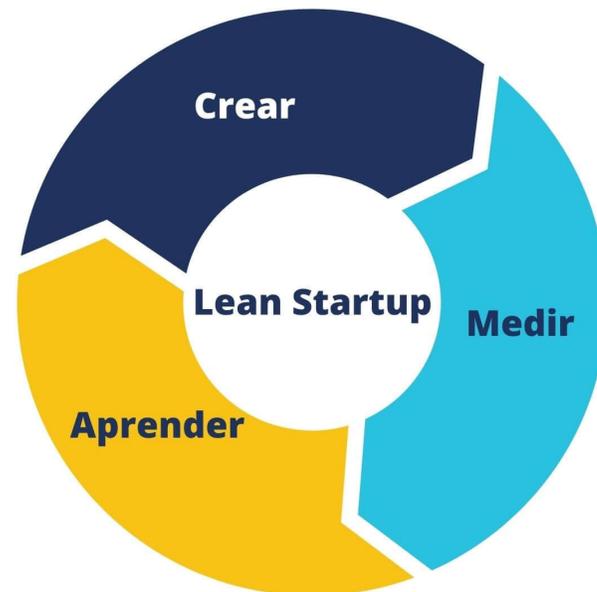
Herramienta: SCAMPER

- **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!!