

GUIA SOBRE EL DESIGN THINKING. FALLAR RÁPIDO, FALLAR BARATO

Clínica de Emprendimiento.
Universidad Carlos III de Madrid



Guía Elaborada:

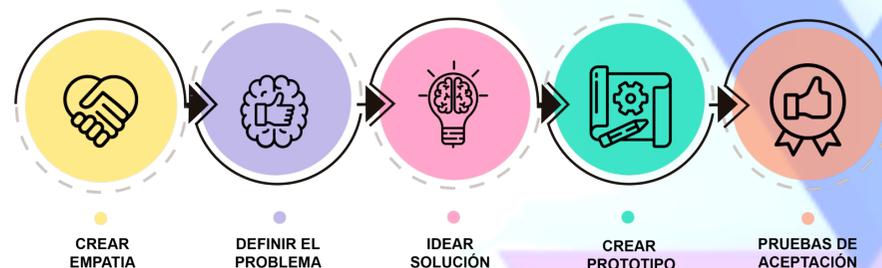
Álvaro Flores Carpio, Saúl García Corredera
David Fraile Benito, Guillermo Jiménez González.

1. ¿EN QUÉ CONSISTE?

El Design Thinking es una **metodología** a través de la cual se trata de **resolver**, de manera **innovadora**, **flexible** e **iterativa**, los **problemas** que afectan al **consumidor**, ya que utiliza el **pensamiento crítico** y **analítico** en la búsqueda de **soluciones creativas** que permitan aportar el máximo valor al usuario, considerado la figura central con la que empatizar.

Así, el Design Thinking se presenta como una herramienta ágil que permite al emprendedor ajustar y validar sus potenciales hipótesis respecto de las necesidades y deseos no lineales del público objetivo o target.

2. ¿CUALES SON SUS FASES?



Encontrar Problemas

EMPATIZAR

Pensar, actuar y sentir como el consumidor gracias al empleo de **metodologías cualitativas** de investigación (entrevista en profundidad, focus group, observación...) que permitan buscar el problema y **recopilar** la **información** necesaria para **profundizar** en sus **necesidades** y carencias.

DEFINIR

Determinar los **limites** del **problema** al que se enfrenta el consumidor y los patrones de conducta que facilitan la generación de conclusiones y la detección de oportunidades.

Buscar Soluciones

IDEAR

Estudio y **proposición** de **soluciones** creativas, **disruptivas** y novedosas basadas en el contexto del consumidor, este es, en su problema, necesidad o carencia. Tomando como base que las ideas mas raras son las mas innovadoras, se emplean las siguientes herramientas:



Brainstorming

Lluvia de ideas.



Metodo
SCAMPER

Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar.



Customer
Journey

Seguimiento de la toma de decisión del consumidor.



Mapa Mental

Interconexión grafica de las ideas propuestas entorno a un mismo problema.

PROTOTIPAR

Selección de la mejor propuesta o **idea** para su **tangibilización**, esto es, la creación de un modelo de prueba, beta test o **PMV** que permita, de manera **económica**, fallar lo antes posible y comprender cuales son los puntos de mejora antes de lanzar el producto definitivo (prueba – error, similar a lean startup).

TESTEAR

Evaluar la idea con usuarios que ostenten las mismas características que los consumidores de la fase de investigación.

Así, al igual que en la metodología lean startup, una vez medidos los resultados, si estos se muestran prometedores se continua con su implementación, de lo contrario, si estos no albergan unas buenas proyecciones, se pivota en la hipótesis, se aprende del error y se retorna, de forma iterativa, a las fases anteriores, ya que es la única opción de solucionar los problemas bajos las notas de innovación y eficiencia.

3. LA FIGURA DEL FACILITADOR

En el proceso de búsqueda de soluciones innovadoras que caracteriza al Design Thinking, resulta interesante destacar la existencia de la figura del **facilitador** como aquella persona que mantiene al **grupo inspirado** y **motivado**, es decir, que favorece que se saque el **máximo partido** a su **investigación** y se trabaje con ganas. Si bien es cierto que no se trata de un elemento fundamental, un buen facilitador debe albergar las siguientes características:

Capacidad de escucha

Potenciación de la capacidad innovadora

Imparcialidad y amabilidad para evitar sesgos del participante

Ofrecimiento de nuevos caminos que eviten el desapego de tecnologías y métodos que han permitido el éxito en el pasado



4. CONCLUSIONES VENTAJAS

Se promueve la creatividad y la experimentación como factores de adaptación a los cambios del mercado

Promoción del trabajo en equipo a partir del reparto de la responsabilidad de la innovación entre los distintos

Facilita la búsqueda del error y permite aprender de manera más rápida y barata.

Se abre la puerta a nuevas e innovadoras soluciones innovar soluciones.

INCONVENIENTES

Por sí solos no ayudarán a la compañía, necesita de herramientas de apoyo para lograr la máxima eficiencia.

No están basadas en procesos y herramientas, sino en estilos de liderazgo y cultura.

Necesita de buenos líderes para gestionar la incertidumbre. Un alto nivel de experimentación es un despilfarro de recursos.

Una serie de pasos y de herramientas no es lo más importante en una empresa.

¿NECESITAS ACLARAR ALGUN
CONCEPTO?
HAZ CLICK EN EL SIGUIENTE ENLACE

