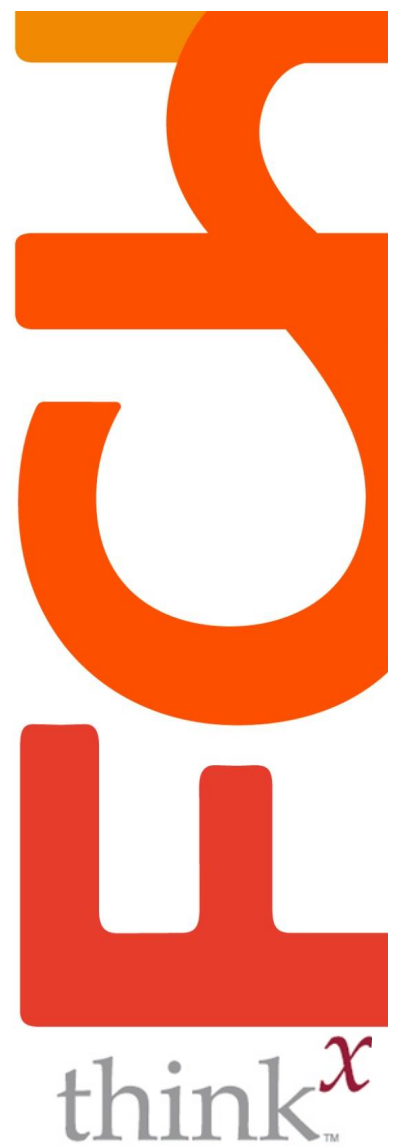


Taller Design Thinking

24 de Abril, 2014



Nombre: _____



Workshop CIRPACK



Design Thinking

- Originado principalmente en la Universidad de Stanford, y popularizado por la consultora IDEO
- Proceso práctico de resolución creativa de problemas basado en la construcción de ideas
- Combina la empatía, creatividad y racionalidad para cumplir con las necesidades del cliente y conducir el éxito de la organización
- No hay juicios. Esto elimina el miedo al fracaso y alienta la participación y los aportes. Se alienta el “pensamiento afuera de la caja” ya que usualmente guía a soluciones creativas



Valores y Actitudes

VALORES

- Creatividad
- Curiosidad
- Pensamiento ambidiestro
- Trabajo en equipo
- Foco en el usuario final

ACTITUDES

- Empáticos
- Piensan Integradamente
- Colaboran
- Audaces
- Optimistas



7 Etapas Design Thinking

1. Definir
 2. Investigar
 3. Idear
 4. Prototipear
-
5. Escoger
 6. Implementar
 7. Aprender



Definir

- Decidir qué problema está tratando de resolver.
- Acordar cuál es la audiencia
- Priorizar este proyecto en términos de urgencia.
- Determinar qué hará exitoso este proyecto.
- Establecer un glosario de términos

HABILIDADES

- **Empatizar, observar y escuchar**
- **Comprender el problema**



Investigar

- Ver la historia del problema y cualquier obstáculo existente
- Recopilar ejemplos de otros intentos por resolver el mismo problema.
- Registrar los apoyadores, inversionistas y críticos del proyecto.
- Hablar con los usuarios finales, que dan las ideas más fructíferas para el diseño posterior.
- Tomar en cuenta las opiniones de los líderes de pensamiento

HABILIDADES

- **Identificar necesidades**
- **Recopilar Información**



Idear

- Identificar las necesidades y motivaciones de sus usuarios finales.
- Generar tantas ideas como sea posible para servir esas necesidades identificadas.
- Registrar su sesión de brainstorming
- No juzgar ni debatir ideas.
- Durante el brainstorming, tener una conversación a la vez.

HABILIDADES

- **Facilitar la creatividad**
- **Buscar y recolectar ideas**



Prototipear

- Combinar, expandir, y refinar ideas.
- Crear muchos bocetos o borradores.
- Diseñar experimentos para probar sus hipótesis
- Buscar retroalimentación de un grupo diverso de personas, incluyendo sus usuarios finales.
- Presentar una selección de las ideas al cliente
- Suspender el juicio y mantener la neutralidad.

HABILIDADES

- **Investigar ideas**
- **Experimentar y validar ideas**



Escoger

- Revisar el objetivo.
- Dejar fuera las emociones y la propiedad de las ideas.
- Recuerde: la solución más práctica no es siempre la mejor.
- Seleccionar las ideas poderosas.

HABILIDADES

- **Debatir**
- **Seleccionar ideas**



Implementar

- Hacer descripciones de las tareas.
- Planificar las tareas.
- Determinar los recursos.
- Asignar las tareas.
- Ejecutar.

HABILIDADES

- **Gestionar el equipo y el Proyecto**
- **Manejar temas políticos**



Aprender

- Reunir retroalimentación del usuario.
- Determinar si la solución cumple con los objetivos.
- Discutir qué podría mejorarse.
- Medir el éxito, recopilar información.
- Documentar.

HABILIDADES

- **Medir el valor y Maximizarlo**
- **Mejorar el proceso de Innovación**



Habilidades de DT

Observación de Habilidades

- Un mapa de habilidades nos permite entender mejor qué se espera de nosotros, y poner foco en nuestro desarrollo
- Veremos un video que muestra habilidades relacionadas con la Metodología Design Thinking.
- Empresa Ideo de Palo Alto, California.
- En un programa de TV la empresa tuvo el desafío de **construir un carro de supermercado innovador en 5 días.**



Habilidades de DT

Observación de Habilidades

Habilidades

1. Empatizar, observar y escuchar
2. Comprender el problema
3. Identificar necesidades
4. Recopilar Información
5. Facilitar la creatividad
6. Buscar y recolectar ideas
7. Investigar ideas
8. Experimentar y validar ideas

A. Definir

B. Investigar

C. Idear

D. Prototipar

¿Cómo se vio reflejada esta habilidad?



Habilidades de DT



¿Para Qué Herramientas de Observación?

Observación estructurada

- Detectar oportunidades.
- Foco en generar productos y servicios a través de observación.
- 2 tiempos:
 - Observación y análisis.
 - Generación de producto.



Principios Generales

- **Trata** a la gente con cortesía
- **Identifícate**, cuenta tus intenciones y qué estás buscando
- **Si es pertinente**, ofrece una compensación por la participación
- **Describe** cómo usarás esta información y por qué es valiosa
- **Obtén permiso** para usar la información y cualquier foto o video que tomes
- **Mantén confidencial** toda la información que recojas
- **Dile a la gente** que puede negarse a responder alguna pregunta, o dejar de participar en cualquier momento
- **Mantén una atmósfera** no enjuiciadora, relajada y divertida



Cuatro Procesos

- **APRENDER**

Analiza la información que has recopilado para identificar patrones o comprensión

- **OBSERVAR**

Mira a la gente para descubrir lo que hacen en lugar de lo que dicen que hacen

- **PREGUNTAR**

Anota la participación de las personas para extraer información para tu proyecto

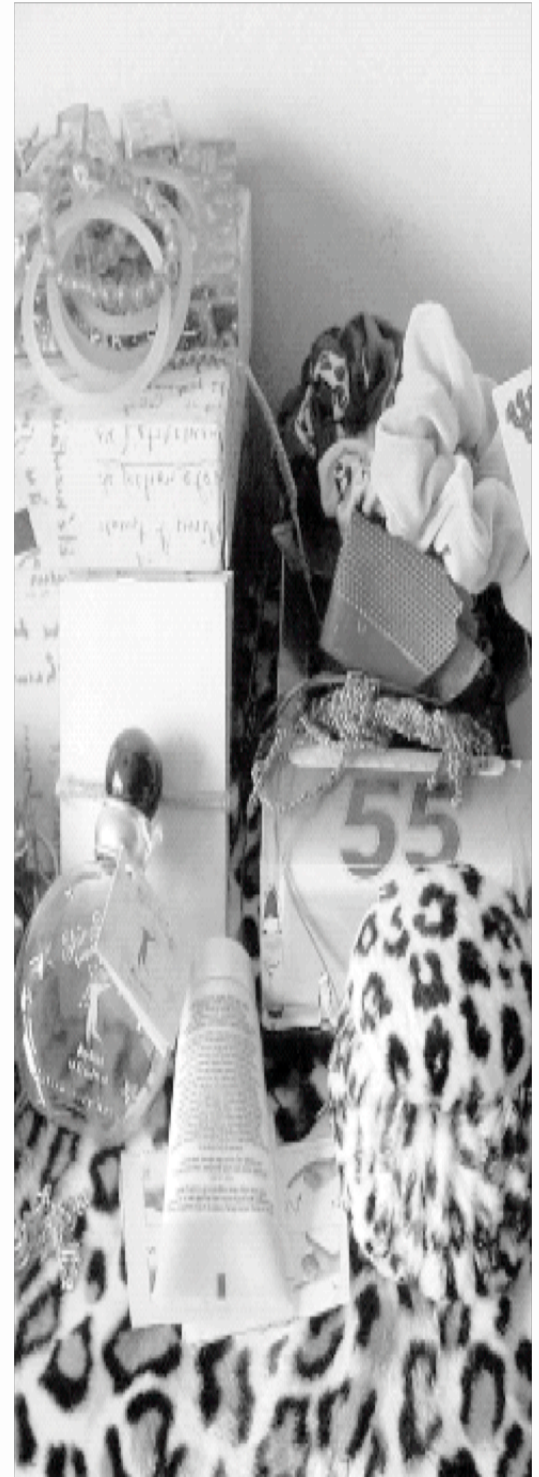
- **PROBAR**

Crea simulaciones para ayudar a empatizar con las personas y para evaluar el diseño propuesto

- **Cómo:** Mientras un participante come, el grupo le pide que describa en voz alta lo que están pensando.
- **Por qué:** Sirve para llegar a las motivaciones, preocupaciones, percepciones y razonamiento de las personas
- **Ejercicio :** El equipo busca crear una línea de alimentos. Para entender cómo la comida se incorpora en las rutinas diarias de las personas, el equipo le pedirá a una persona que describa en qué piensa mientras come y hará un análisis de lo descrito para con ello generar los productos.
- **Producto:** Generar una nueva línea de productos alimenticios basado en los insight y aportes del participante que come.



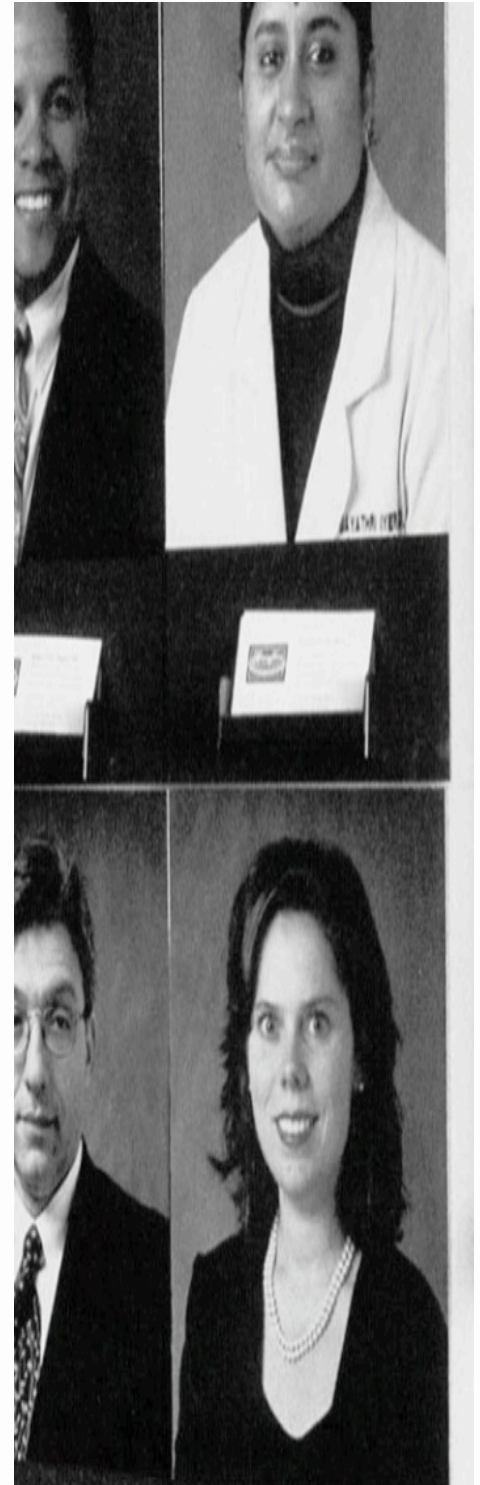
- **Cómo:** Identifica las cosas que la gente considera importante como una forma de catalogar la evidencia de su estilo de vida
- **Por qué:** Sirve para revelar las actividades, percepciones y valores de las personas, y establecer patrones entre ellos
- **Ejercicio :** Pídanle a un participante que les muestre qué hay en sus bolsillos o cartera y describan los objetos personales que manipulan diariamente y hagan un análisis de lo encontrado para a partir de ello diseñar el equipo.
- **Producto:** El equipo busca diseñar un aparato electrónico de bolsillo.



- **Cómo:** Haz una lista o representa en detalle todas las tareas, acciones, objetos, ejecutores e interacciones incluidas en el proceso de lavarse los dientes.
- **Por qué:** Es una forma útil de identificar y priorizar cuáles actores entrevistar además de a qué asuntos apuntar
- **Ejercicio:** El equipo debe diseñar un nuevo cepillo dental, y para ello debe analizar las múltiples actividades y procedimientos implicados al lavarse los dientes para entender necesidades y preocupaciones no detectadas con anticipación.
- **Producto:** Diseñar un nuevo cepillo de dientes



- **Cómo:** Basado en la observación de personas reales, desarrolla perfiles de personajes que representen arquetipos y los detalles de su comportamiento o estilo de vida
- **Por qué:** Es una forma útil de traer a la vida a un consumidor típico, y de comunicar el valor de conceptos diferentes a grupos objetivos variados.
- **Ejercicio :** El equipo trabaja para una farmacia que quiere alcanzar el mercado de productos masculinos de belleza. Debe desarrollar 3 arquetipos o personajes que le permitan entender a diferentes tipos de consumidores y apuntar a ellos como mercado.
- **Producto:** Desarrollar una línea de productos de belleza pensado en cada personaje.



think^x™ **FCK**

