

Design Thinking:

Enfrentando retos a través de Innovación

Estamos en el punto exacto de crear una gran cultura de Innovación.
¿Qué tanto lo has pensado?

En este 2020 hemos experimentado más cambios que en los últimos 5 años de nuestras vidas, este nuevo reto de la Pandemia trajo consigo cambios tecnológicos, sociales y culturales, mismos que han obligado a las organizaciones a evolucionar más rápido de lo que tenían planeado y a encontrar nuevas formas de conectar con el consumidor actual, pero sobre todo ha evolucionado nuestra forma de colaborar con nuestros equipos de trabajo.

Nuestra economía comenzó a cambiar por completo, empezaron a surgir nuevos emprendimientos o el desarrollo de nuevas características centradas en la oferta de productos o servicios, e incluso grandes compañías cambiaron por completo su modelo de negocio actual. De acuerdo con un estudio publicado por **Twilio el 97%** de las compañías **aceleró la transformación digital** de su empresa a raíz del surgimiento del COVID-19.

Deseamos seguir colaborando e impactando positivamente en la economía, sociedad y sobre todo en el bienestar de nuestros clientes.

Contenido por:

[XID - Digital Services](#)

Editado por:

[Eduardo Vega / SDM / XID - DS](#) 

[Elizabeth Valencia / Insight Strategist / XID - DS](#) 

Y... ¿Cómo podemos reaccionar?

Uno de los grandes retos que tienen las organizaciones hoy en día, es saber reaccionar de manera inmediata ante los cambios en el mercado y en el comportamiento del consumidor, y aunque la mayoría de las compañías creen que la situación actual cambió o cambiará la forma de hacer negocios, solo el **21%** de las organizaciones **tiene los recursos y la experiencia necesaria para innovar**. Sin embargo, en este contexto no todo es negativo, tomando en cuenta que los tiempos de crisis también abren nuevas oportunidades para quienes tienen la iniciativa y muchas ganas de generar impacto en este mundo.

Para organizaciones como **PepsiCo, Nike, Google, Mercedes - Benz, Ford, Accenture, IBM, Apple, entre muchas otras más**, la situación actual ha sido un catalizador para la **innovación** y hoy más que nunca están apostando en enfocar sus esfuerzos en proyectos y acciones que los beneficien.

Estas son algunas compañías que están haciendo uso de **Design Thinking** como una herramienta práctica de **innovación** que los han ayudado a crear, mejorar productos y servicios centrados en el humano, tomando a cualquier problema como su gran aliado. Muy importante por mencionar que el potencial de esta metodología no tiene límites, ya que provee una capacidad de entender cualquier entorno o industria.

Un caso de estudio de gran reconocimiento es como la ciudad de San Francisco experimentó con Design Thinking para diseñar un plan de emergencia para la ciudad, proponiéndose crear conectividad entre sus habitantes, definiéndolo de la siguiente manera:

- **Reto:** Conectar a los residentes de la ciudad entre sí para obtener apoyo a través de sus propias redes durante desastres naturales.
- **Resultado: SF72,** una plataforma que ayude a los residentes estar conectados en tiempos de emergencia.

El San Francisco Department of Emergency Management (SFDEM) e IDEO hicieron equipo para crear SF72, una plataforma revolucionaria que ayuda a alcanzar a personas en donde estén. En tiempos de emergencia, la ciudad necesita ciudadanos autosuficientes durante 72 horas (o más) antes de que los servicios locales o la ayuda externa entren en acción.

Teniendo un impacto positivo en otras ciudades y tomando SF72 como referencia para crear una plataforma de conectividad entre ciudadanos, manteniendo una comunicación activa en emergencias.

¿Cómo conectar con tus consumidores?

Existe una razón muy simple del por qué el **70% de las nuevas startups** fracasan, y aunque podemos citar diferentes motivos, **CBI Insights** descubrió que la razón principal de todo es que no existía una necesidad del mercado para el producto ofrecido.

¡Ojo! No solo las nuevas organizaciones caen en este error tan común, compañías como Google o Apple también han pasado por situaciones similares, sobre todo en lanzamientos de nuevos productos.

Por esta razón es primordial que escuches a tu audiencia, para poder conocer sus intereses o gustos, y para comprender a detalle las necesidades o emociones que poseen.

A este último punto mencionado se le conoce como **empatía**, que es la capacidad que tienen los seres humanos de identificarse con ciertas personas, siendo esta la primera fase del **Design Thinking**.

Pero... ¿Qué es Design Thinking?

Design Thinking es una metodología desarrollada por **David Kelley**, fundador de **IDEO**, quienes coordinan el contenido oficial de la metodología.

Ellos nombran “Design Thinking” a partir de la referencia de describir los elementos de la práctica que encontraban más fáciles de aprender y enseñar como lo son: empatía, optimismo, iteración, confianza creativa, experimentación, pero algo muy interesante es la aceptación de la ambigüedad y el fracaso.

Design Thinking es una metodología creativa que ayuda a las organizaciones a crear diseños útiles que se adapten a las necesidades de las personas, una gran herramienta con amplias capacidades para resolver problemas, definir diseños y para el desarrollo de productos o servicios **centrados en el ser humano**.

Sin embargo, al ser una metodología se integra por 5 fases:



Empatizar - Definir - Idear - Prototipar - Evaluar

Empatizar:

Al ser un proceso creativo **centrado en las personas**, esta primera fase es primordial para conocer a profundidad las necesidades de los usuarios finales.

Para empatizar y comprender al usuario final, la metodología sugiere el uso de diferentes técnicas como: Journey Maps, Stakeholder Mapping, Empaty Mapping, entre muchas otras.

Definir:

Después de conocer a profundidad las necesidades/ carencias de los usuarios, en esta etapa se debe definir claramente el problema, esto permitirá guiar el proceso creativo.

Para conocer el punto de vista de los usuarios y poder definir el problema a resolver existen diferentes técnicas que se recomiendan utilizar, como: Point of View, uso de Mind-Mapping, y técnica de Affinity Diagram.

Idear:

En esta fase comienza el proceso creativo y de generación de ideas, aquí se busca explorar múltiples soluciones al problema expuesto anteriormente.

Técnicas:

1. Brainstorming
2. Brain Dump
3. SCAMPER
4. Reverse Brainstorming

Prototipar:

Una vez seleccionada la idea, los prototipos pasan de ideas a algo más tangible. Esta fase sirve para generar empatía con los usuarios y probar la funcionalidad de las ideas.

Evaluar:

Finalmente, en esta etapa se hacen pruebas con el prototipo realizado previamente, con la intención de poder identificar posibles errores que

pueda tener el producto y en caso de ser así, hacer diferentes mejoras sobre el mismo.

De Design Thinking a la Innovación

Ahora que comprendes un poco más las fases del Design Thinking y de esta metodología, es esencial preguntarse, ¿por qué mi organización no innova?, sin embargo hay barreras que frenan el proceso de innovación, ¿las conoces?.

Antes de continuar, toma en cuenta que la innovación puede ser enfocada en un producto, servicio o proceso y es clasificada en diferentes **tipos de innovación:**

- **Radical Innovation:** Implica el nacimiento o la introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que parte de la aplicación de tecnologías revolucionarias.
- **Incremental Innovation:** La gran mayoría de las innovaciones son de naturaleza incremental y se refiere a la mejora continua de algún producto, servicio o proceso. Un ejemplo muy claro de este tipo de innovación es Amazon, compañía que constantemente optimiza su interfaz web para mejorar la experiencia del usuario.
- **Disruptive Innovation:** La innovación disruptiva puede llegar a cambiar radicalmente una industria, e inclusive crear un nuevo mercado, pero también puede cambiar la forma en como los consumidores interactúan en un mercado ya existente.

Si bien, **Design Thinking** es un **proceso creativo** que te ayuda a desarrollar grandes ideas, habitualmente el paso más difícil es **de la conceptualización a la acción**, y en este punto es en donde surgen algunas barreras que frenan la innovación.

De acuerdo con estudio realizado por **"Innovation Leader"** las principales barreras son:

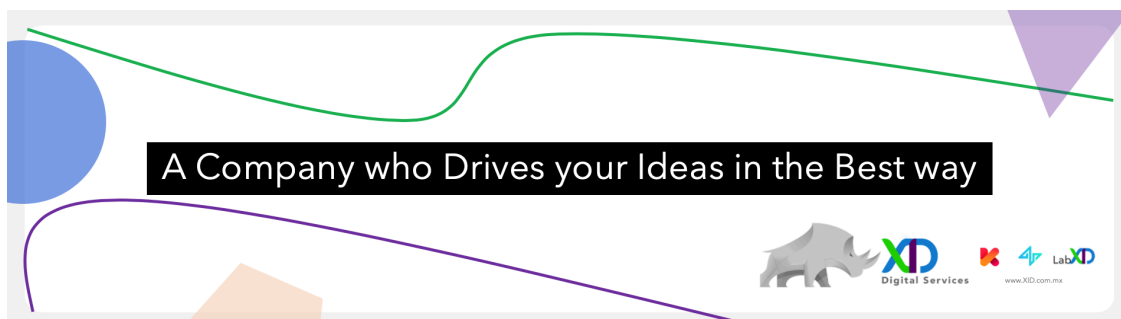
- Cuestiones culturales (45%)
- Falta de presupuesto (41%)
- Falta de estrategia o visión (36%)
- Incapacidad para actuar sobre señales cruciales para el futuro del negocio (42%)

El problema más recurrente en la mayoría de las compañías es la inercia organizacional, puesto que es complicado lograr que los diferentes equipos de las empresas se alineen en este tipo de proyectos, especialmente cuando se trata de grandes compañías que no están acostumbradas a la introducción de nuevos cambios o a trabajar de diferente manera.

Por ello, te recomendamos considerar el **crear una cultura de innovación** dentro de tu empresa. ¡Recuerda! **Estamos en el momento exacto para crear, experimentar e innovar.**

En **XID - Digital Services**, hemos diseñado un producto único en su categoría: **Innovation Roadmap**, en donde buscamos certificar profesionales a través de laboratorios prácticos, mostrando la importancia del uso de **metodologías, y prácticas** fundamentales de **innovación y transformación digital**.

Estamos muy cerca de liberar nuestra Serie 2 del Innovation Roadmap, mantente cerca de nosotros en nuestra comunicación.



Fuentes:

- **Keeper Relevant Information:**
 - <https://www.xid.com.mx>
- **Types of Innovation:**
 - <https://ideadrop.co/different-types-of-innovation/>
- **COVID-19 Digital Engagement Report:**
 - <https://www.twilio.com/covid-19-digital-engagement-report>
- **How 5 CEOs Used Design Thinking to Transform Their Companies**
 - <https://brainstation.io/blog/how-5-ceos-used-design-thinking-to-transform-their-companies>
- **Why you need Design Thinking and Proofs of Concept to level up your business**
 - <https://thenextweb.com/dd/2020/07/29/why-you-need-design-thinking-and-proofs-of-concept-to-level-up-your-business>
- **IDEO History**
 - <https://designthinking.ideo.com/history>
- **IDEO Case Study SFO Emergency Plan**
 - <https://www.ideo.com/case-study/designing-a-city-emergency-plan>