

Introducción al **DESIGN THINKING** para emprendedores.

Laura Lospennato @alfalala
Manuel Garzarón @mgarzaron

PDEES
Buenos Aires, 19 de julio de 2014

INTRODUCCIÓN

HISTORIA

Tim Brown
Profesor de Stanford
CEO de IDEO



HISTORIA

Diseño de productos

- al final del proceso de creación
- styling
- creación de un producto “lindo”



HISTORIA

Diseño centrado en el humano

- al principio del proceso de creación
 - empatía
- descubrimiento de insights
- relación producto-humano



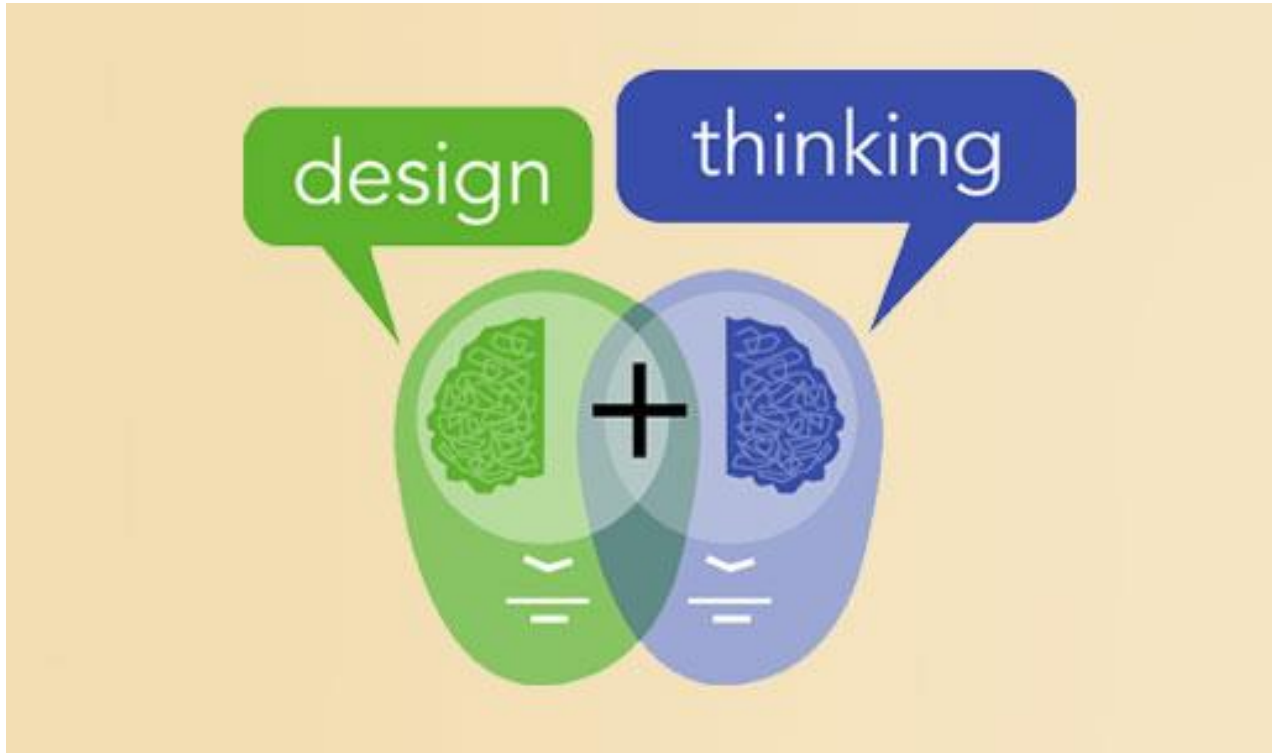
HISTORIA

Design thinking

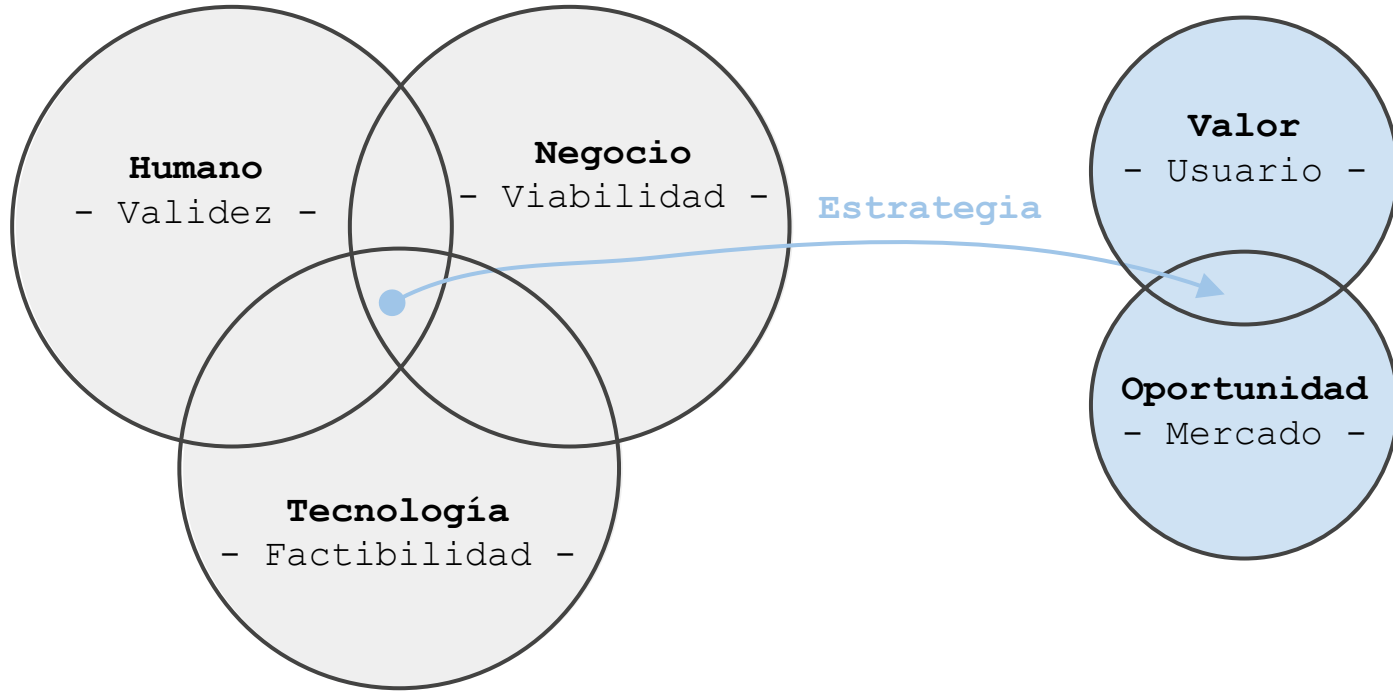
- proceso de innovación
- aplicado a otros campos
- relación entre personas



CONCEPTO BÁSICO #1



CONCEPTO BÁSICO #2



CASO #1

Jorge Gronda
Sistema SER



CASO #2

Arunachalam Muruganantham
Revolución Sanitaria

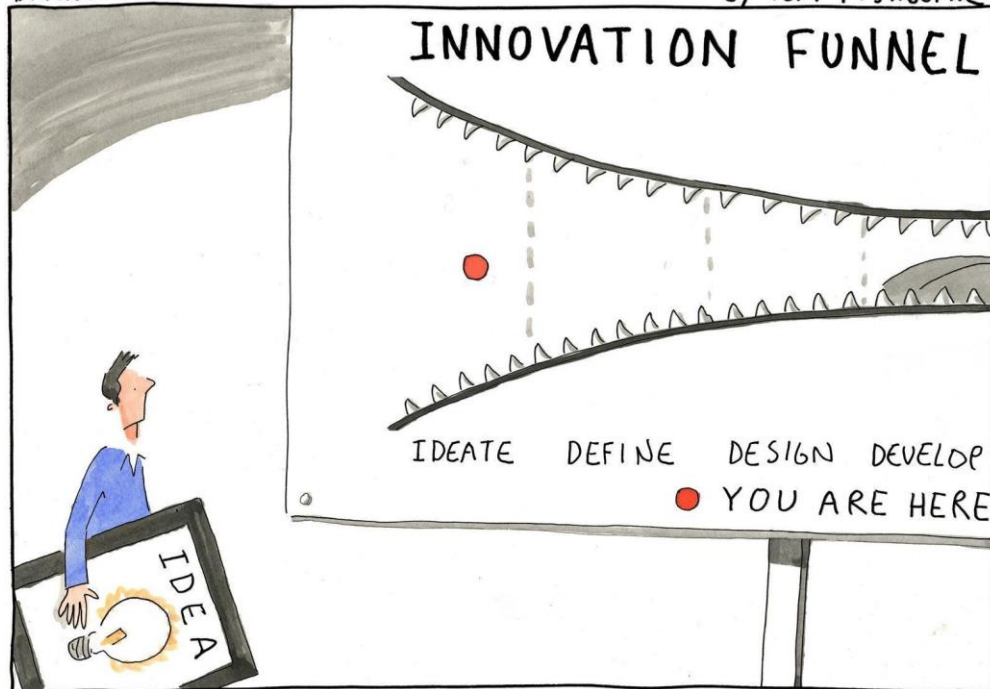


PROCESO

EL TÚNEL CLÁSICO

BRAND CAMP

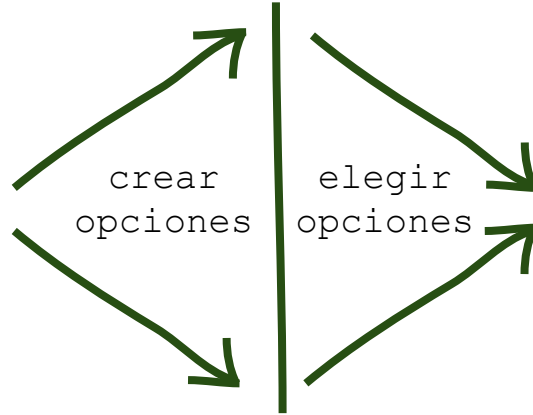
by Tom Fishburne



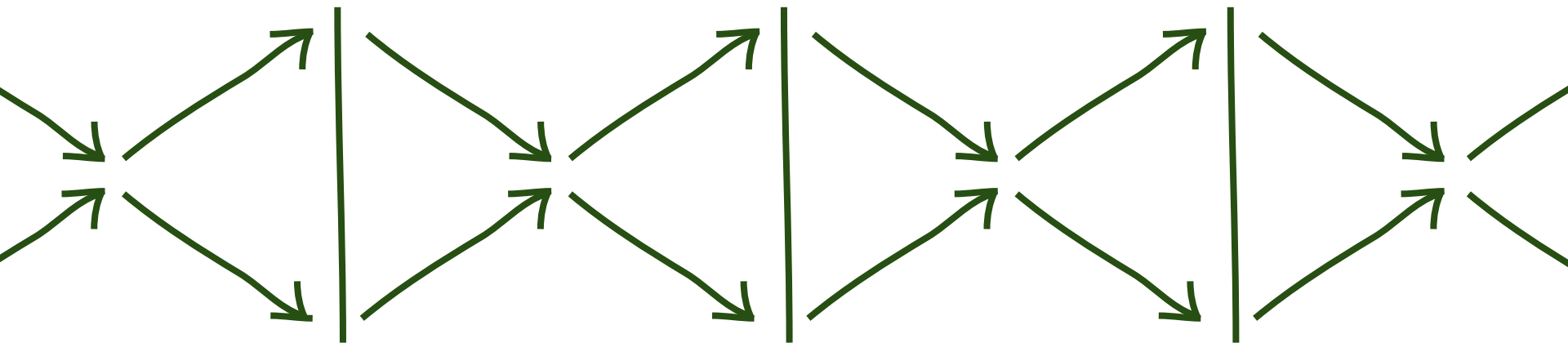
© 2011

MARKETOOONIST.COM

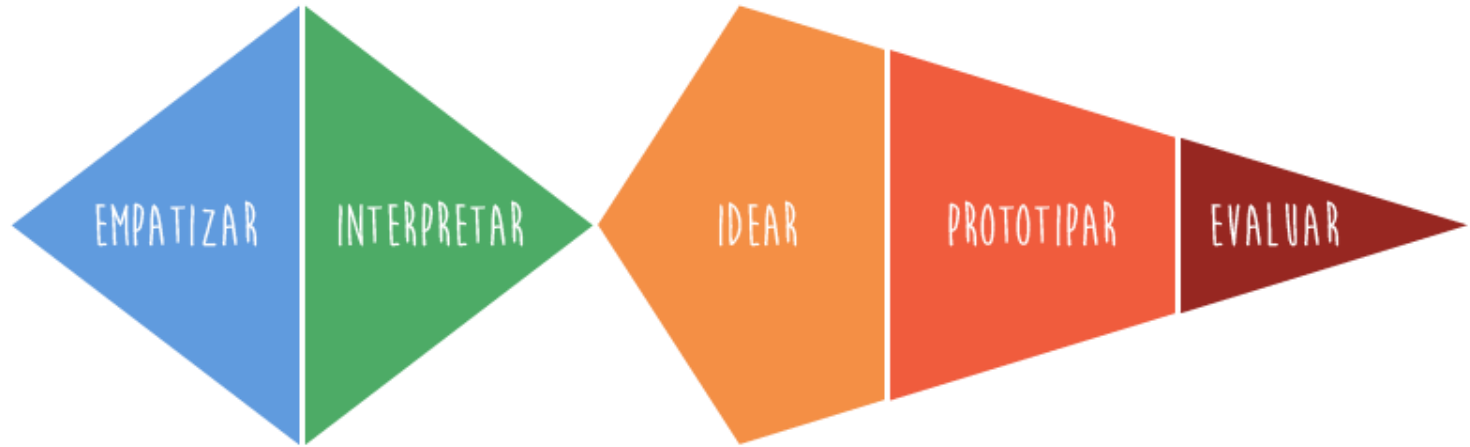
DIVERGENCIA - CONVERGENCIA



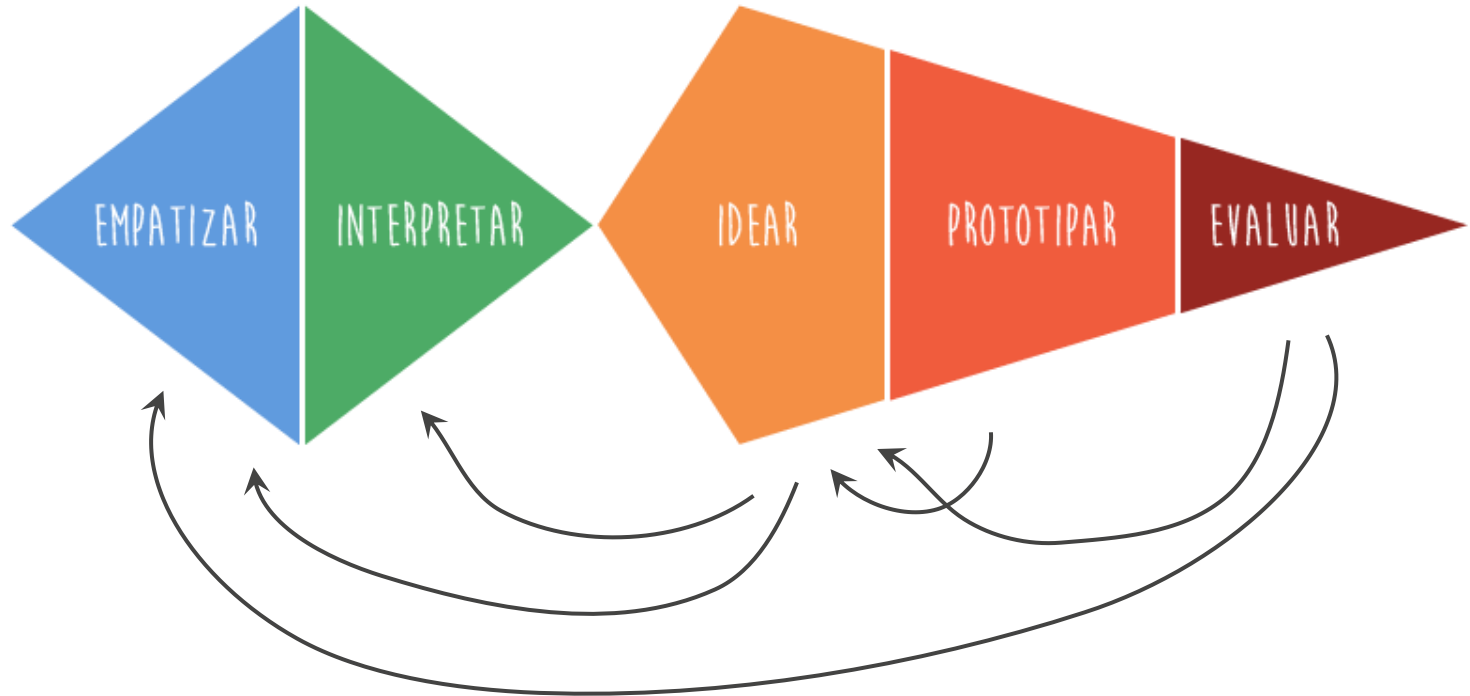
ITERACIONES (MUCHAS)



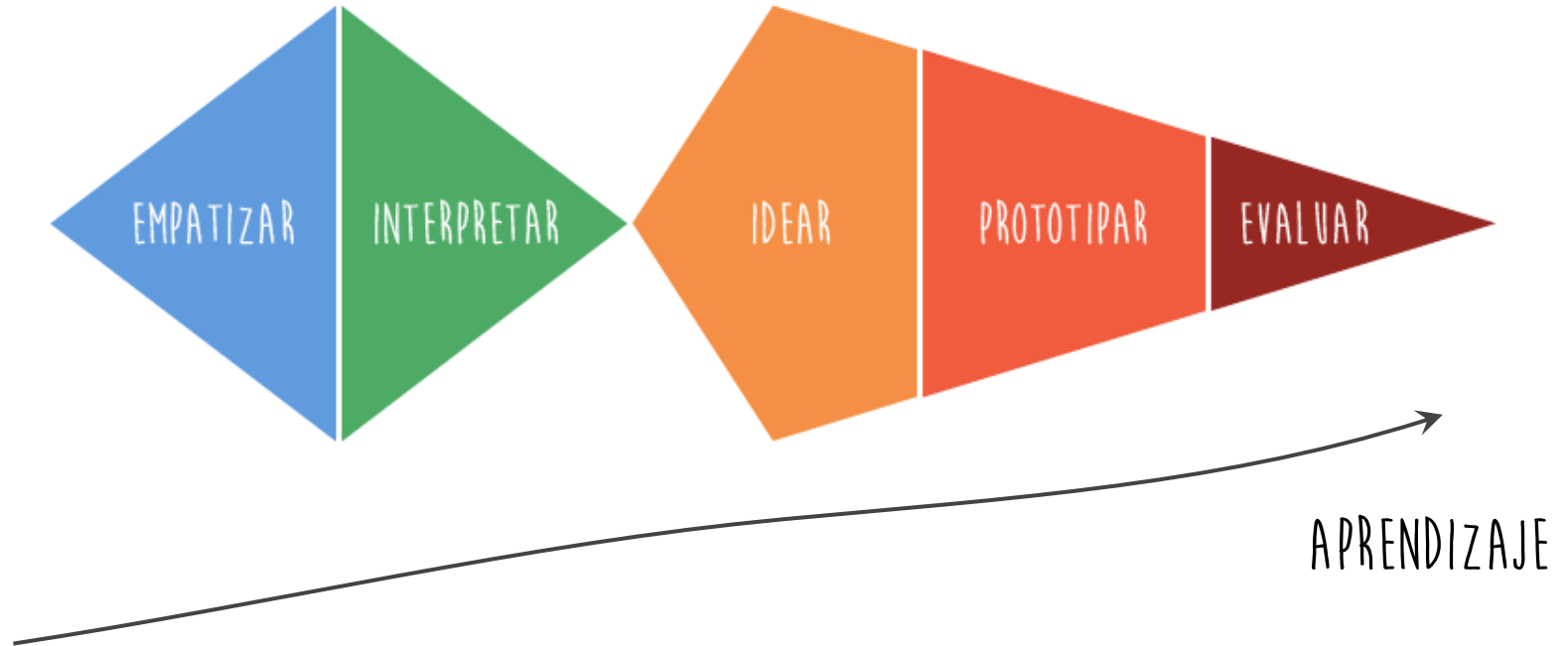
AHORA SI...

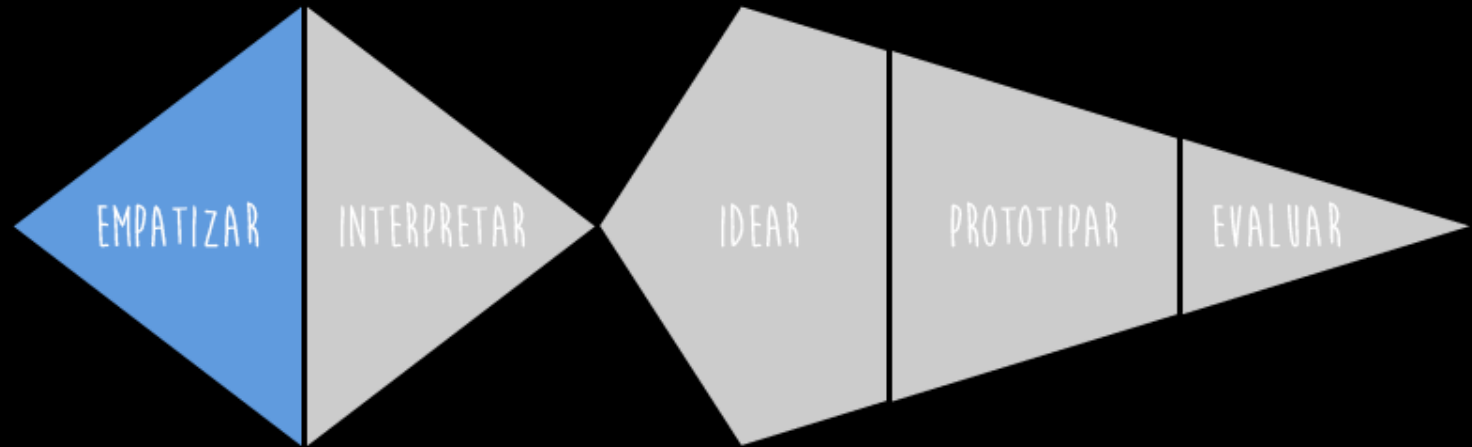


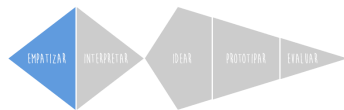
ITERATIVO, NO LINEAL



LA BUENA NOTICIA





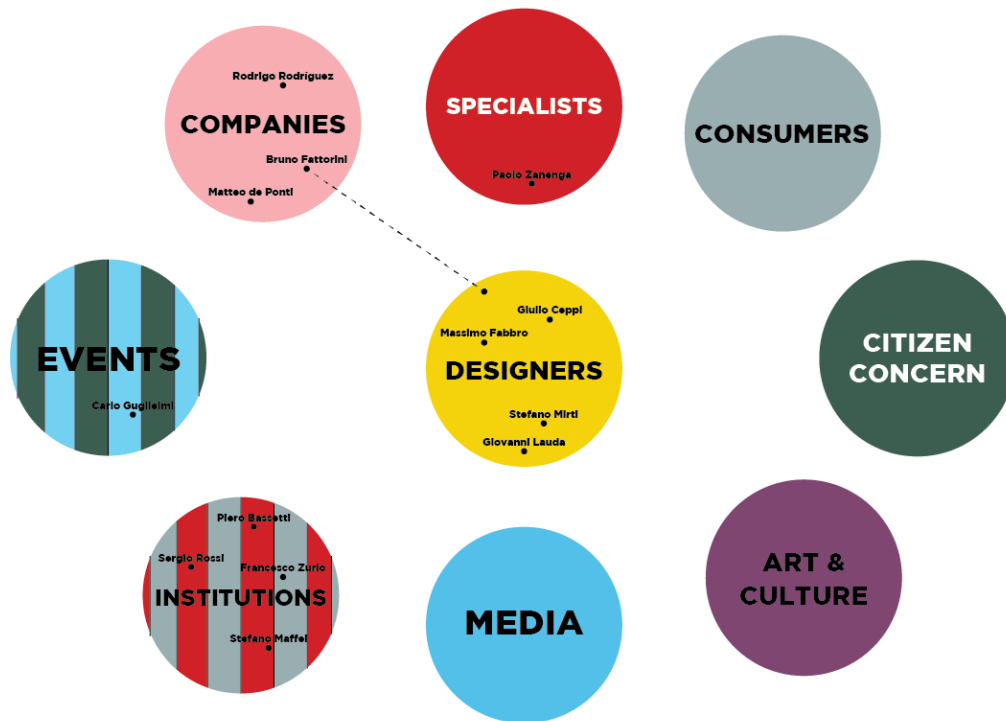
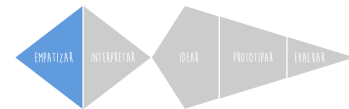


EMPATIZAR

- » explorar
- » descubrir
- » centrado en el humano
- » observar
- » involucrarse
- » mirar y escuchar

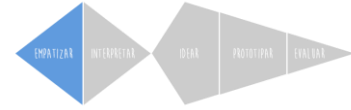


MAPA DE ACTORES



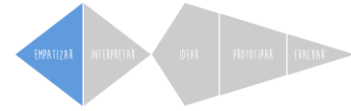


OBSERVAR A LOS EXTREMOS



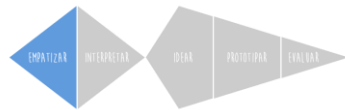


OBSERVAR A LOS EXTREMOS

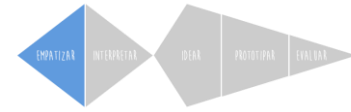




CÓMO PREPARARSE PARA LA ENTREVISTA



- » Brainstorming de preguntas
- » Identificar y ordenar temas
- » Refinar preguntas
- » Confirmar planes
- » Asignar roles
- » Preparar equipamiento

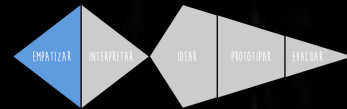


TIPS PARA ENTREVISTAR

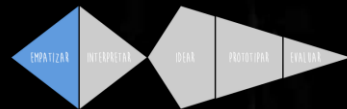
Según Design Thinking



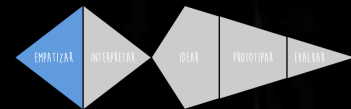
MEZCLA DE PREGUNTAS PREPARADAS Y ESPONTANEIDAD.



PRESENTARSE



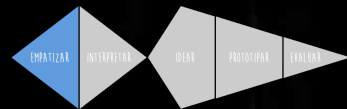
ESCUCHAR MÁS QUE HABLAR



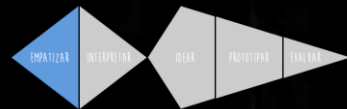
¿PORQUÉ? ¿PORQUÉ? ¿PORQUÉ?



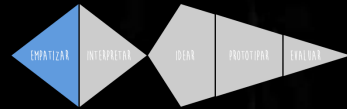
HISTORIAS PUNTUALES



LENGUAJE CORPORAL



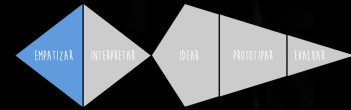
SILENCIO OK



NO SUGERIR RESPUESTAS



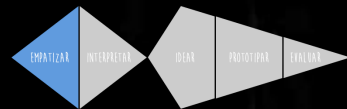
PREGUNTAR DE MANERA NEUTRAL



NO HACER PREGUNTAS QUE SE RESPONDEN CON SI O NO

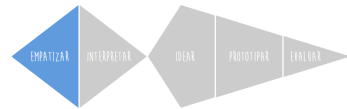


UNA PREGUNTA POR VEZ. UNA PERSONA A LA VEZ.



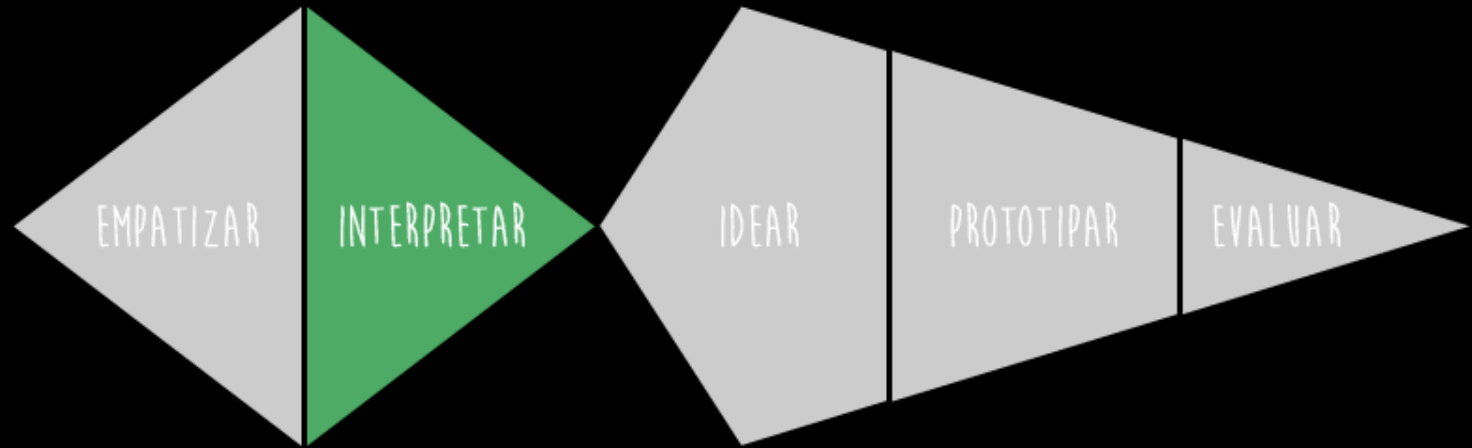
GRABAR, NO REFRASEAR

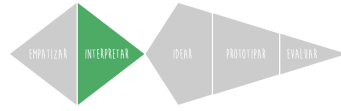
ENTREVISTAR PARA EMPATIZAR



- » Nos juntamos con el vecino
- » Primero uno entrevista y el otro responde (5')
- » Luego intercambiamos roles (5')
- » Anotar lo máximo posible

10'

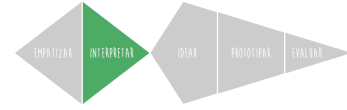




INTERPRETAR

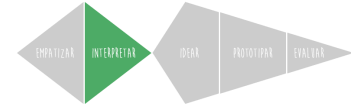
- » Procesar
- » Sintetizar
- » Transformar lo hallado en insights
- » Definir el problema a resolver

NIVEL DE INTERPRETACIÓN

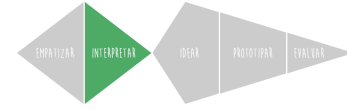


	OBSERVADO	OBSERVADOR	INTERPRETACIÓN
PROFUNDIDAD ↓	Dice	Pregunta	Necesidades explícitas
	Hace / Usa	Observa	Necesidades observables
	Sabe / Piensa Siente Sueña	Infiere	Necesidades Implícitas Necesidades Latentes

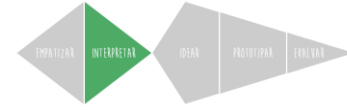
INTERPRETAR



INTERPRETAR



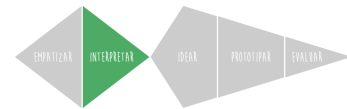
INTERPRETAR



(INSIGHTS)

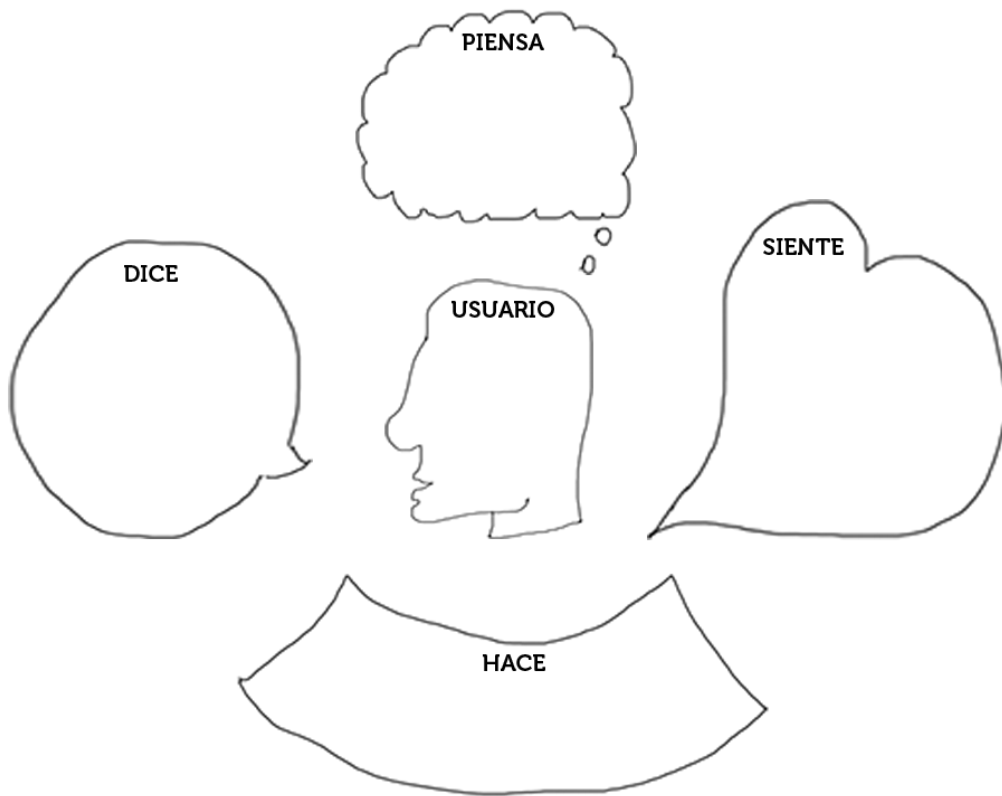
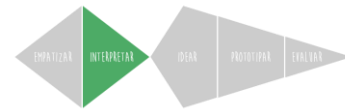


SATURAR Y AGRUPAR



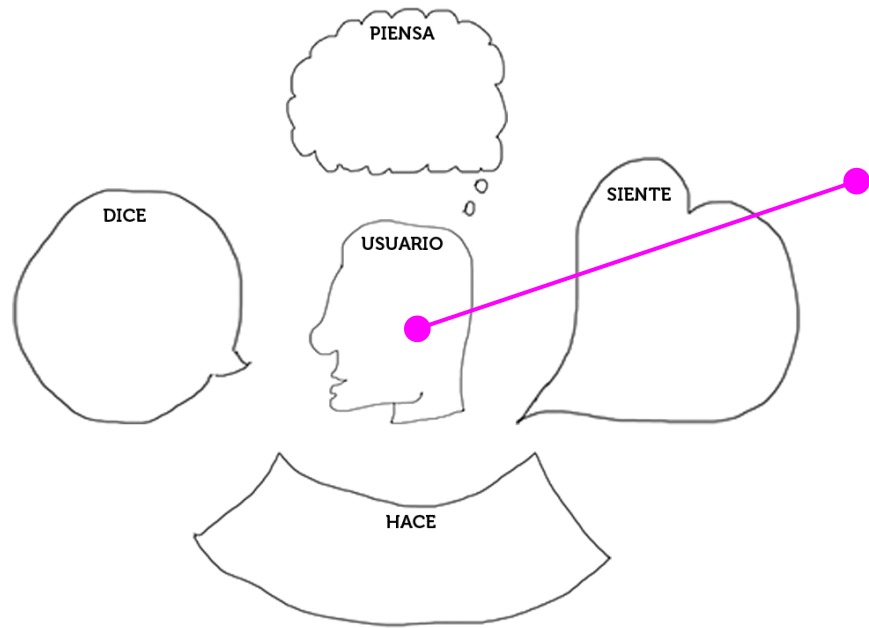
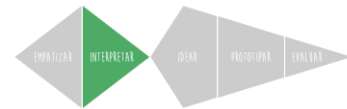


MAPA DE EMPATÍA





MAPA DE EMPATÍA



Info del entrevistado.

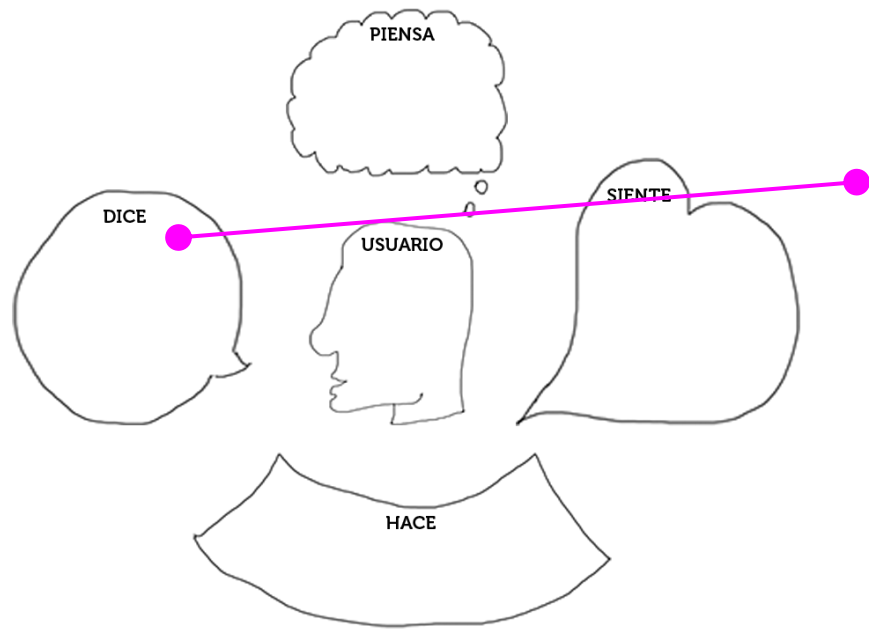
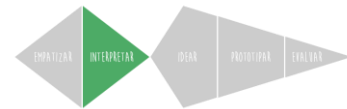
Específico, no demografía general.

Usá por lo menos 5 adjetivos para describir a esa persona.

Ej: "Un contador detallista, confiable, que es curioso y capaz de trabajar en equipos, tanto como colaborador y creativo".



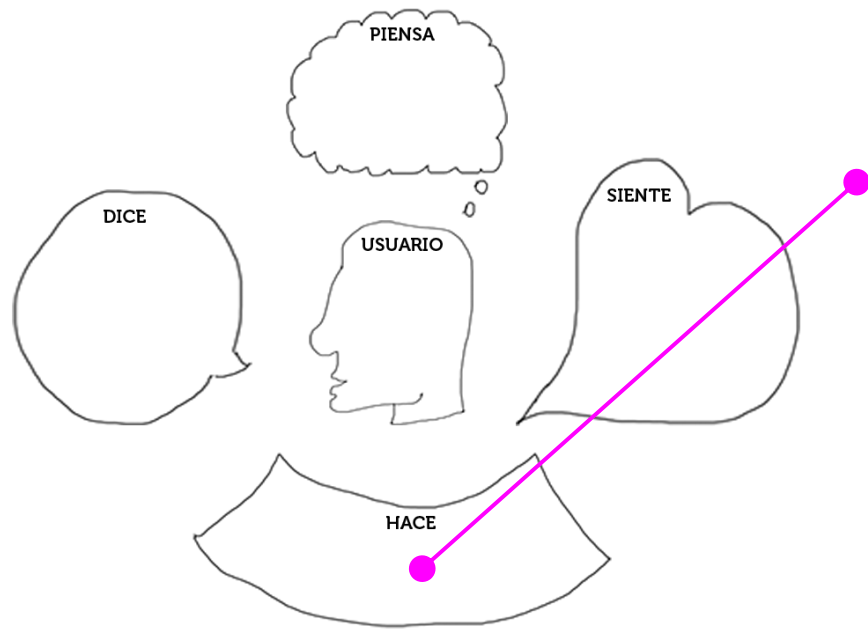
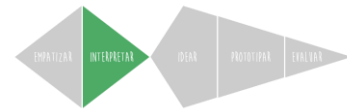
MAPA DE EMPATÍA



Citas que te llamaron la atención cuando
revisaste las notas.
10-20 citas es lo común



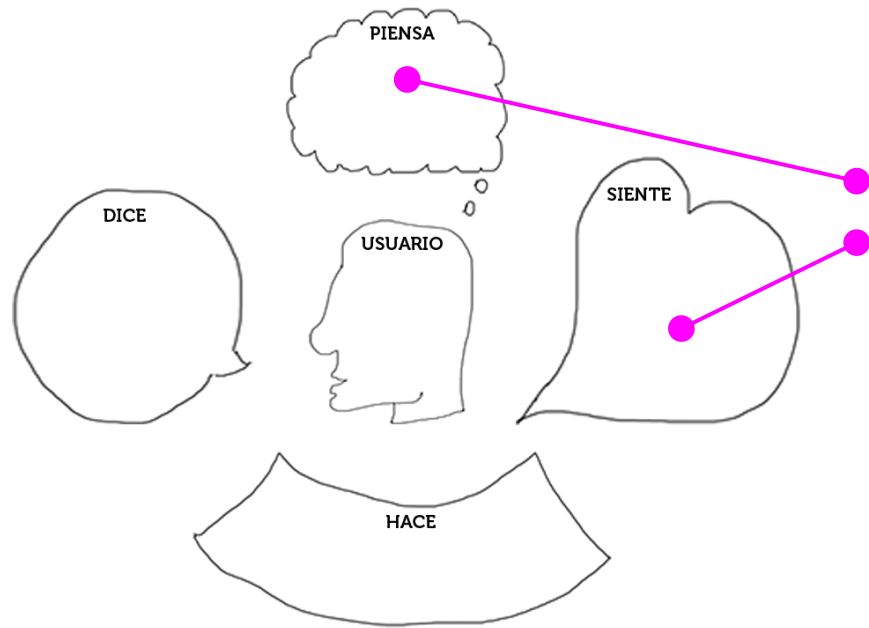
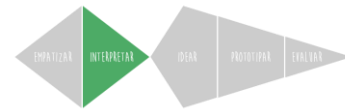
MAPA DE EMPATÍA



(Opcional) Describí los comportamientos.
Preguntá qué están haciendo (mix de
entrevista y observación).



MAPA DE EMPATÍA

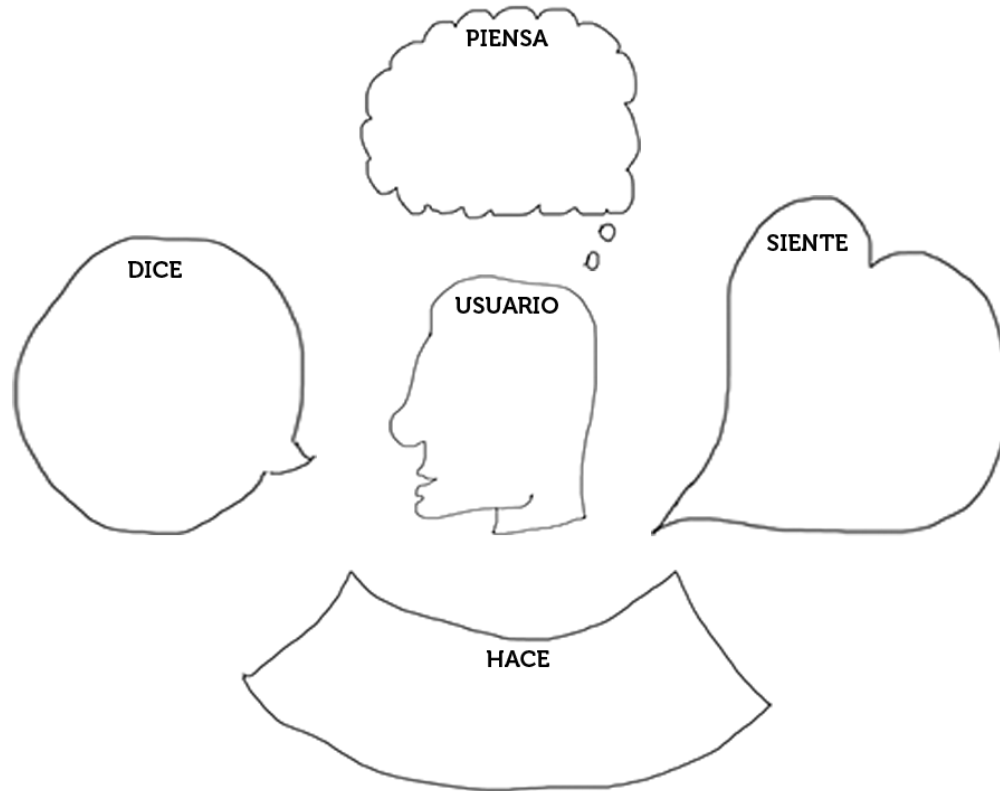
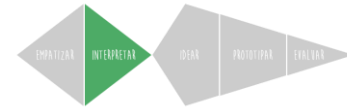


Conjeturas o inferencias (educated guess) acerca de los significados.

¿Qué si nos equivocamos?

Es posible, pero es la única manera de encontrar necesidades inesperadas. Podés validarlas (o no) y refinarlas durante otras etapas con más información disponible.

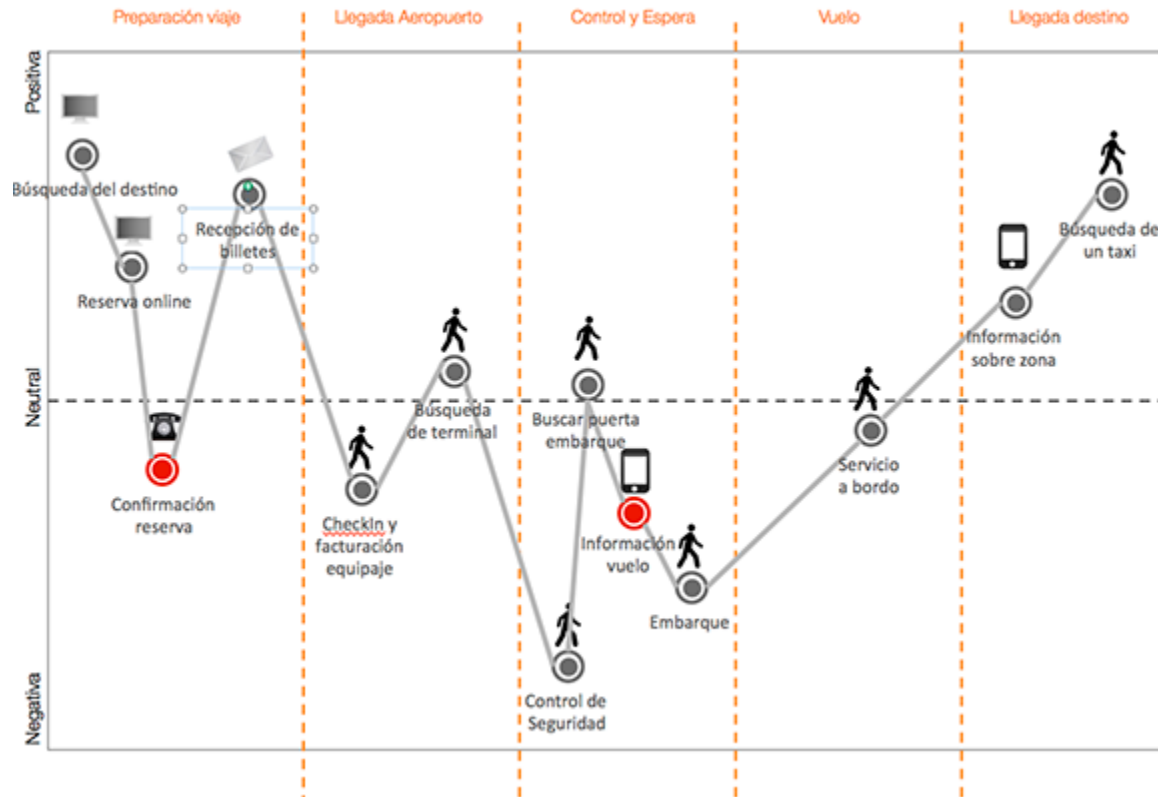
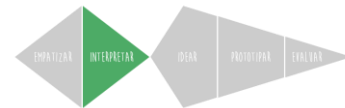
MAPA DE EMPATÍA



10'

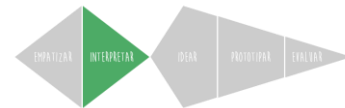


MAPA DE TRAYECTORIA



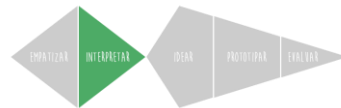


MAPA DE RELACIONES





PERSONAS



Personas review

018



+RED
persona

“

He comes illegally

He's been here for just a few days

He still thinks that Italy is a Paradise

He doesn't know about his future.”

“The new one”

I can't wait to see
the paradise.



019



+BLUE
persona

“He comes illegally

He sells illegal stuff in the street

He remains being illegal all the time

He wants to escape.”



“The homesick”

Looking for a way to
go back.



021



+GREEN
persona

“He arrived legally

Questura did not give him a
residence permit

He married an Italian girl

He became an Italian citizen

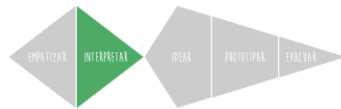
He wants to continue living in Italy
with his new family”

“The italianish”

It was worth all my sacrifices.



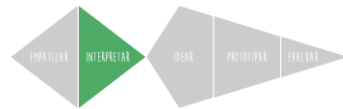
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



`{usuario}` necesita una forma de `{problema/necesidad}` porque `{insight}`



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



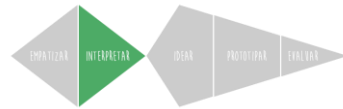
`{usuario}` necesita una forma de `{problema/necesidad}` porque `{insight}`



Descripción de la persona para la cual estas diseñando (una que entrevistaste).



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



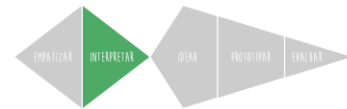
`{usuario}` necesita una forma de `{problema/necesidad}` porque `{insight}`



Usá verbos en lugar de sustantivos (sustantivos usualmente son soluciones de por sí).
"José necesita una mejor forma de **escribir**" en lugar de "José necesita un mejor **lápiz**".



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

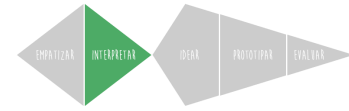


`{usuario}` necesita una forma de `{problema/necesidad}` porque `{insight}`



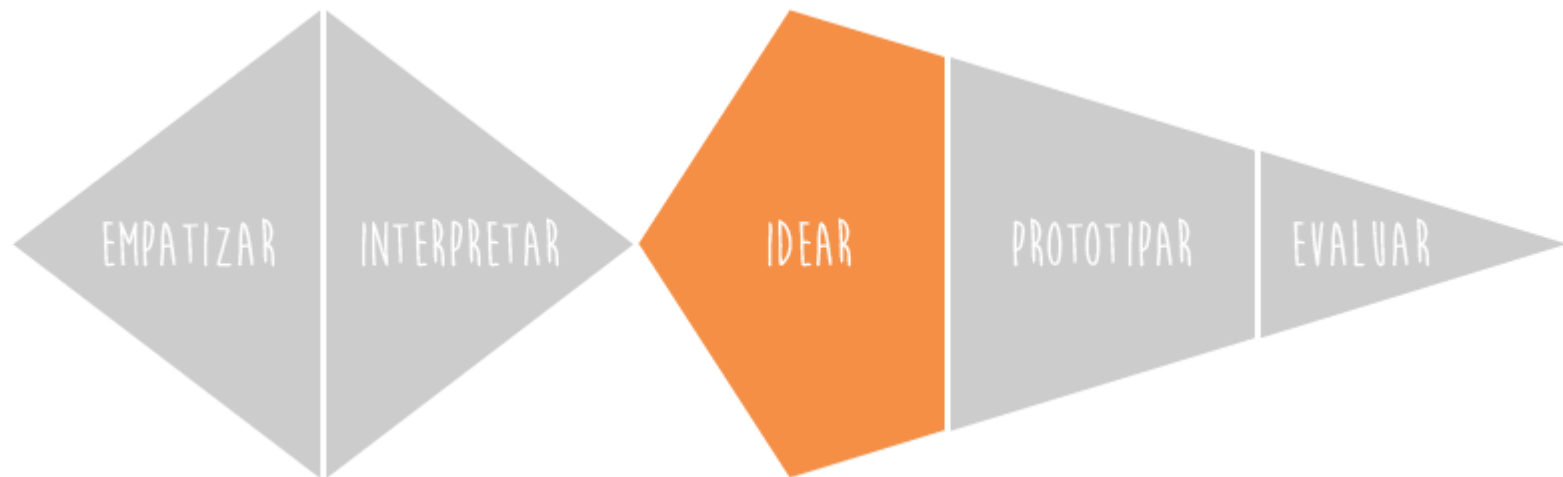
Justificación de la necesidad que mencionaste.
Usualmente viene de conectar puntos en el mapa de empatía.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



`{usuario}` necesita una forma de `{problema/necesidad}` porque `{insight}`

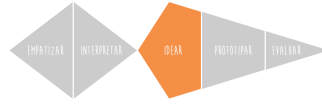
10'



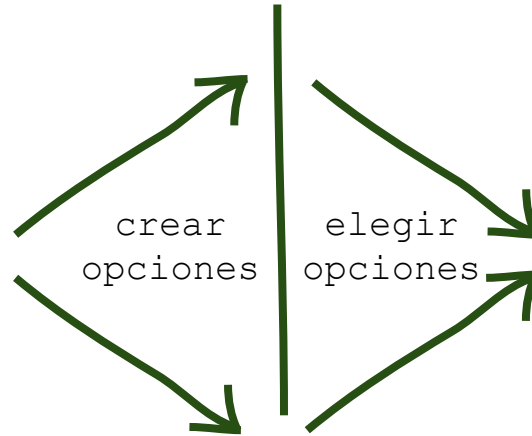


IDEAR

» Buscar muchas soluciones a un mismo problema

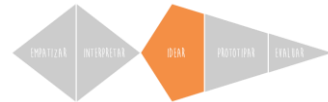


IDEAR





BRAINSTORMING





REGLAS DEL BRAINSTORMING



NO

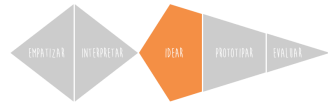
- » juzgar
- » criticar y filtrar
- » debatir o charlar
- » concentrar el poder

SI

- » ideas fronterizas
- » construcción sobre ideas de otros
- » facilitador proactivo
- » ritmo continuo



GUIAR EL BRAINSTORMING



- » Mantener la Energía
- » Utilizar Límites requerimientos
- » Organziar el Espacio

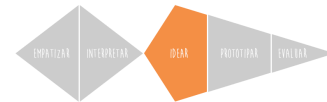
Diagrama de las 5 etapas del proceso de innovación:

- EMPAATIZAR
- INTERPRETAR
- IDEAR
- PROTOTIPAR
- EVALUAR





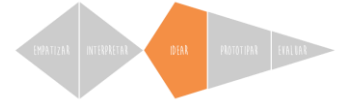
MAPAS MENTALES



{PROBLEMA/NECESIDAD}



MAPAS MENTALES



{dirección 1}

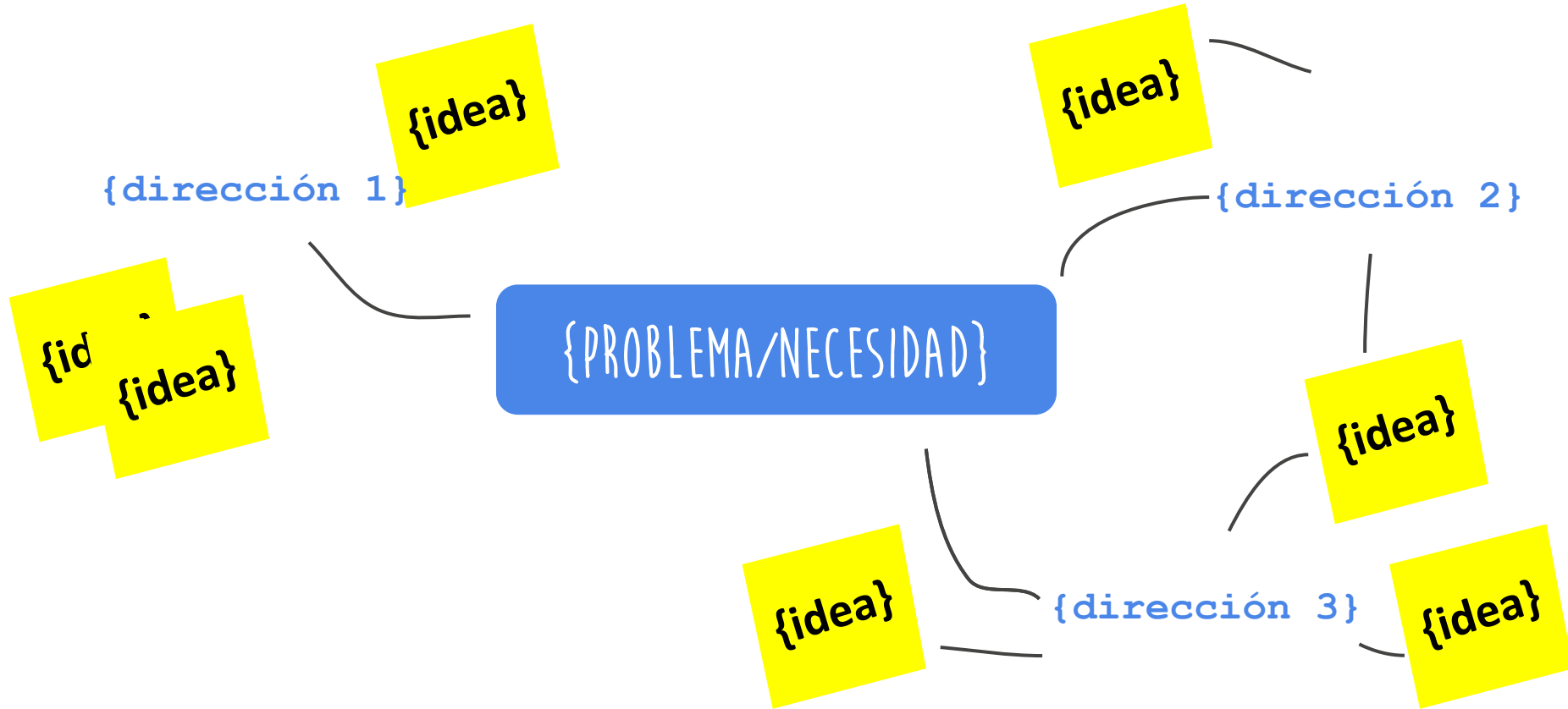
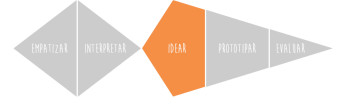
{dirección 2}

{PROBLEMA/NECESIDAD}

{dirección 3}

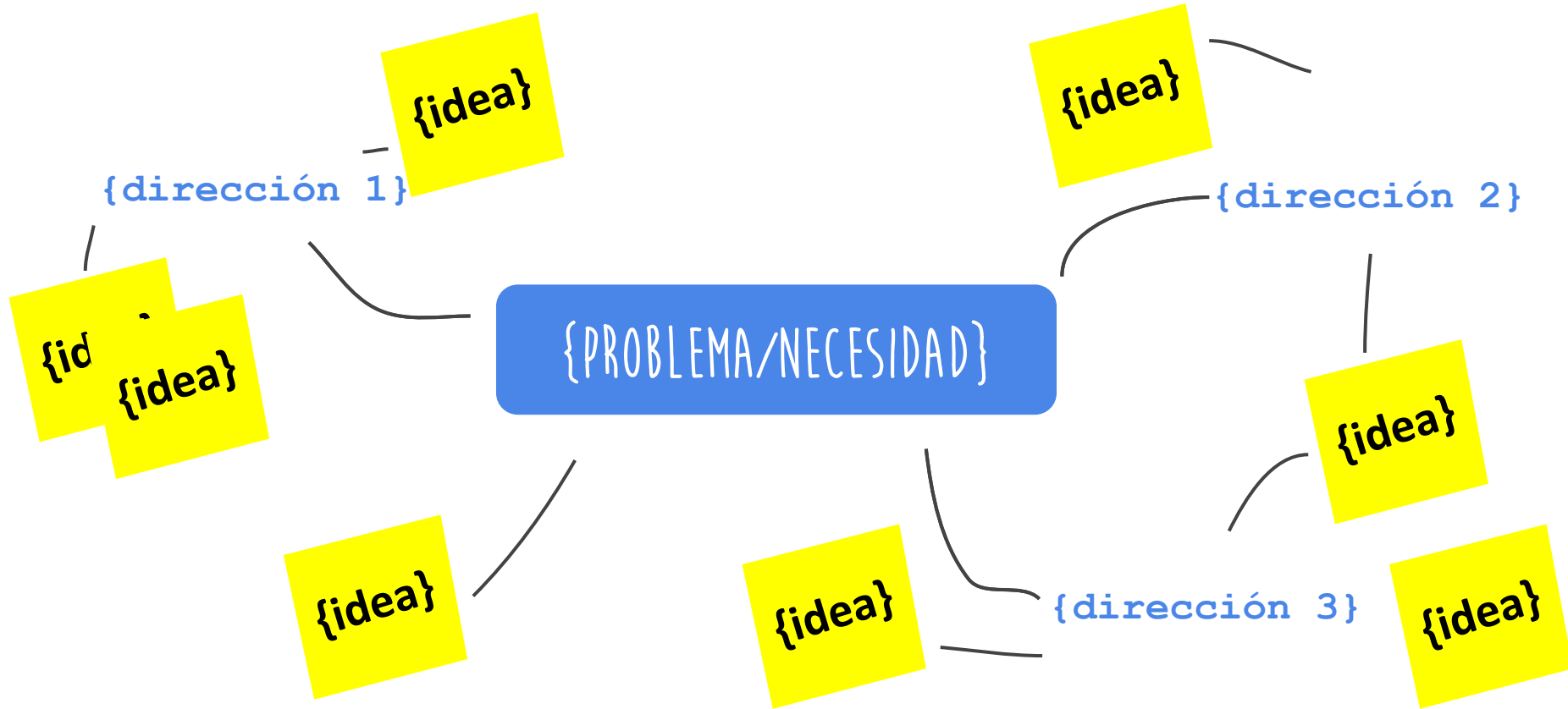
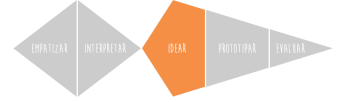


MAPAS MENTALES



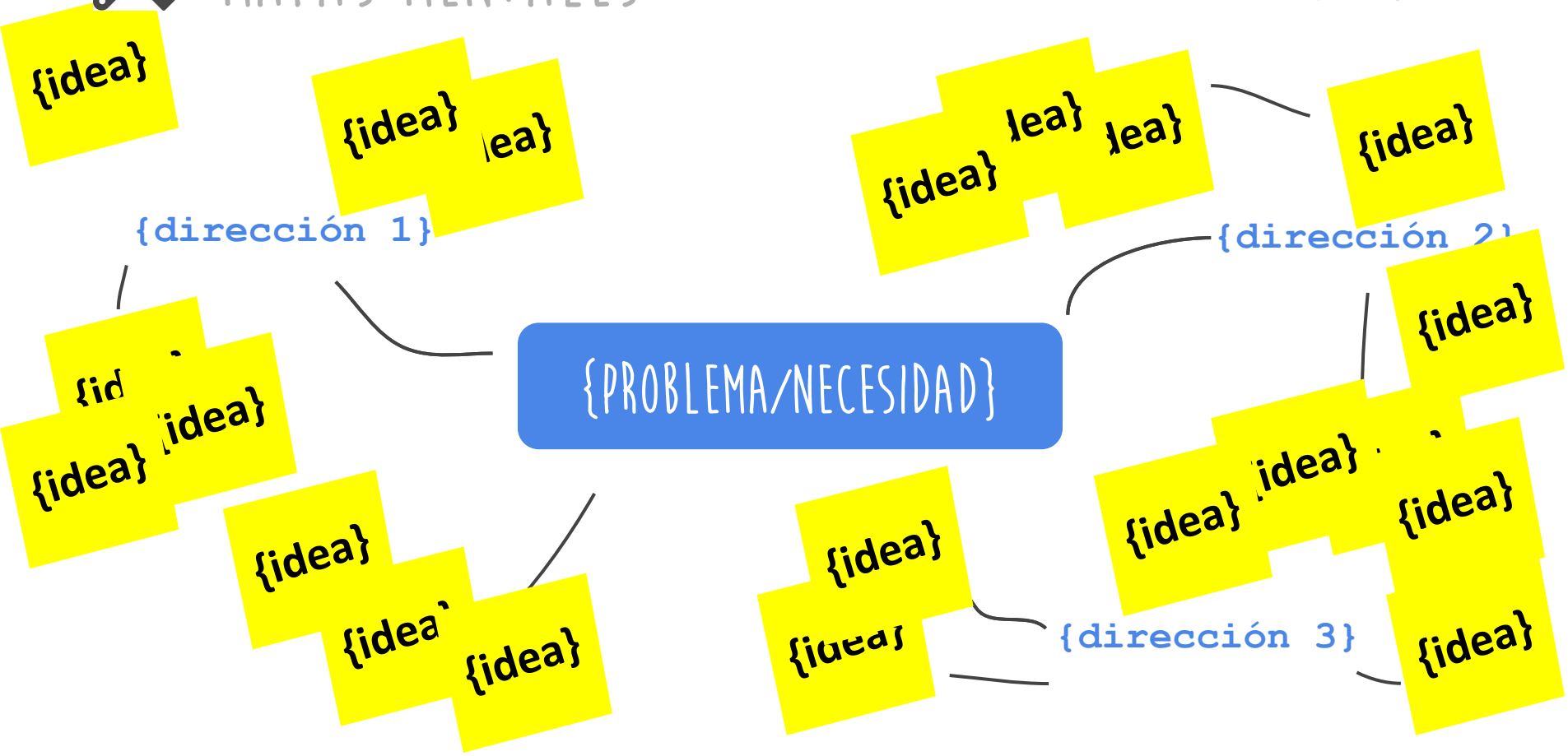
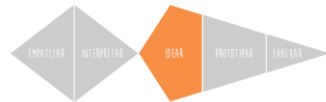


MAPAS MENTALES





MAPAS MENTALES





CLASIFICACIÓN

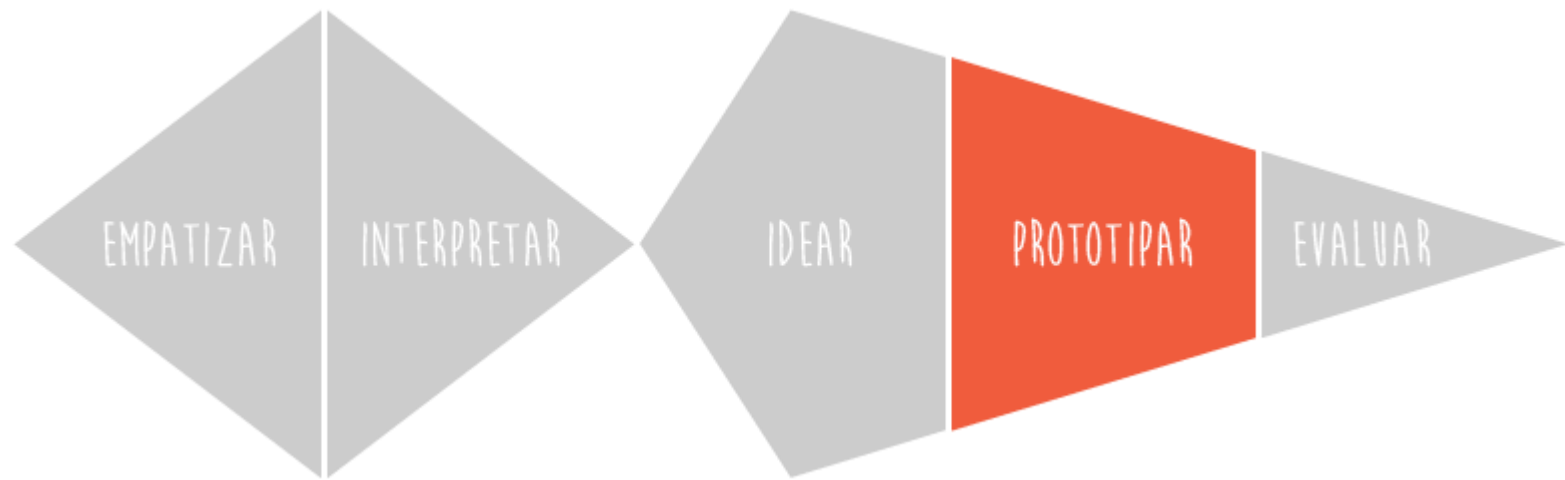


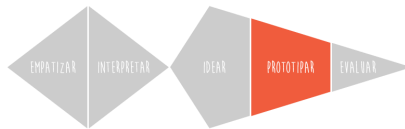


DESCRIPCIÓN ESTRUCTURADA DE UNA IDEA



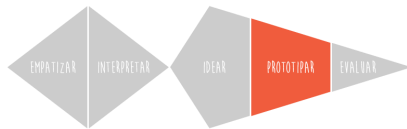
- » Título
- » Resumen de una oración
- » Descripción de cómo funcionaría
- » Gente involucrada (en su producción y en su uso)
- » Explicación de las necesidades y oportunidades identificadas en la investigación
- » Ilustración del beneficio y valor para c/persona involucrada
- » Lista de desafíos y preguntas a resolver





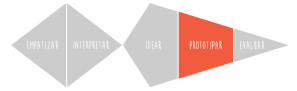
PROTOTIPAR

» Traer las ideas al mundo real.



PROTOTIPAR

» Comunicar los elementos más importantes de una idea.

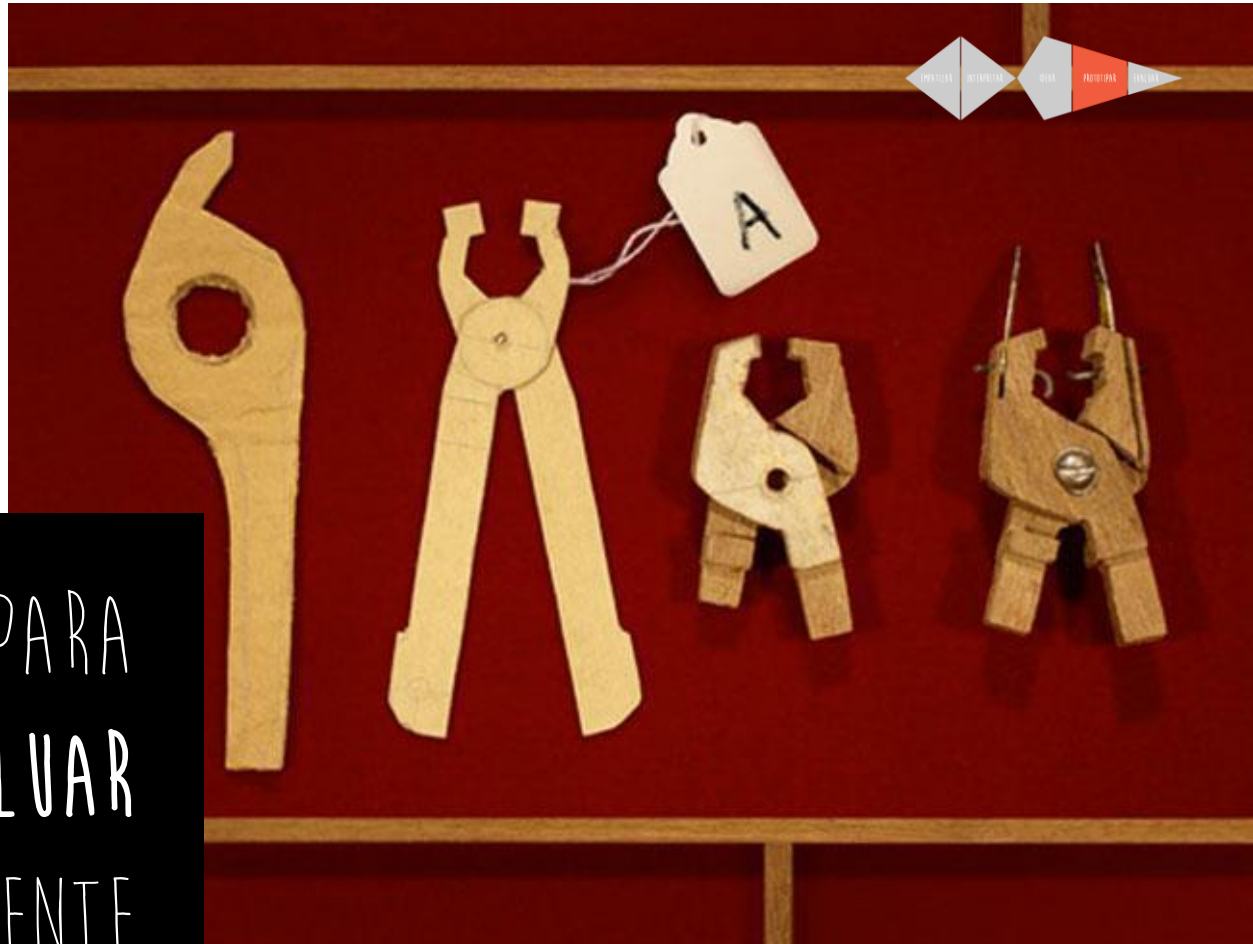


PARA QUÉ HACEMOS PROTOTIPOS ?



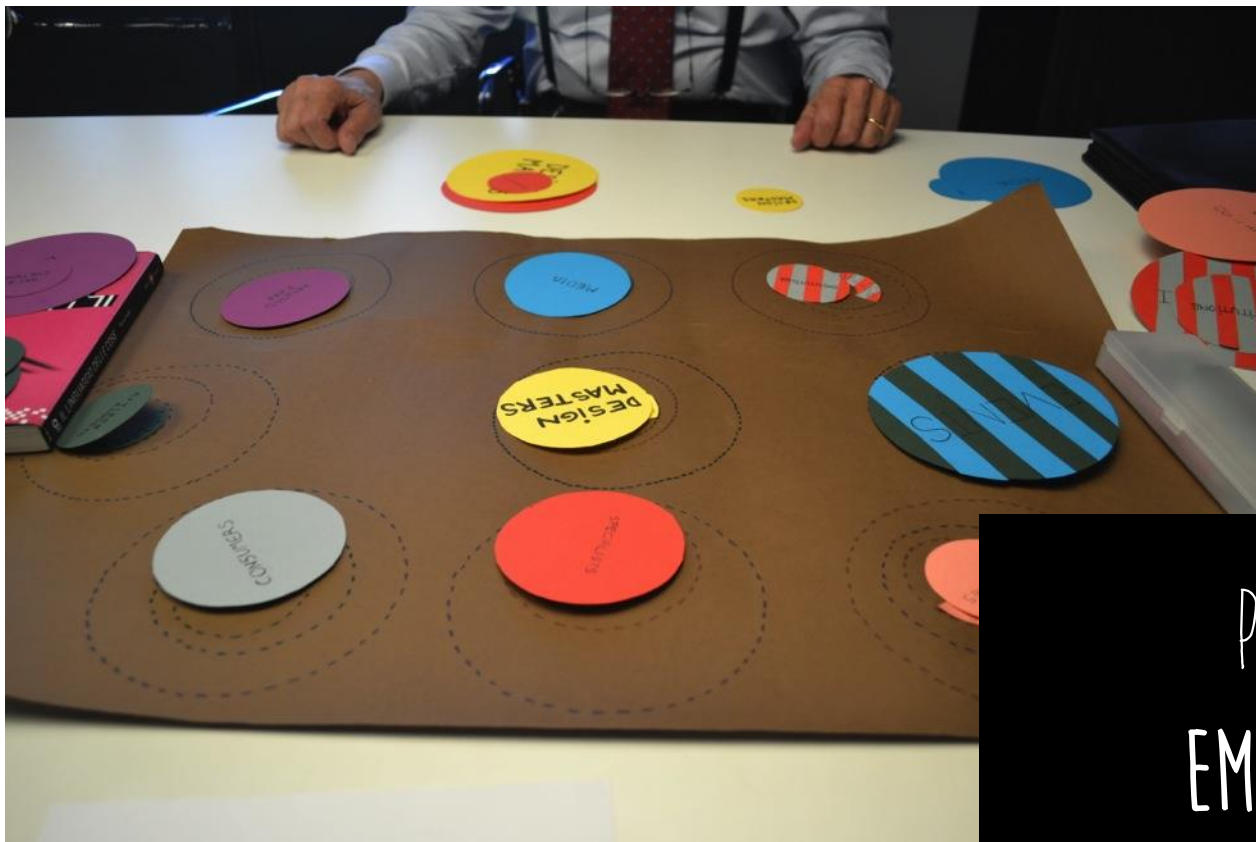
PROTOTIPOS PARA
DECIDIR

PROTOTIPOS PARA EVALUAR INTERNAMENTE

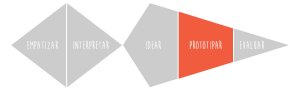


PROTOTIPOS PARA EVALUAR CON EL USUARIO





PROTOTIPOS PARA
EMPATIZAR CON EL
USUARIO



TÉCNICAS DE PROTOTIPADO DE BAJA RESOLUCIÓN

SKETCHING



STORYBOARDS



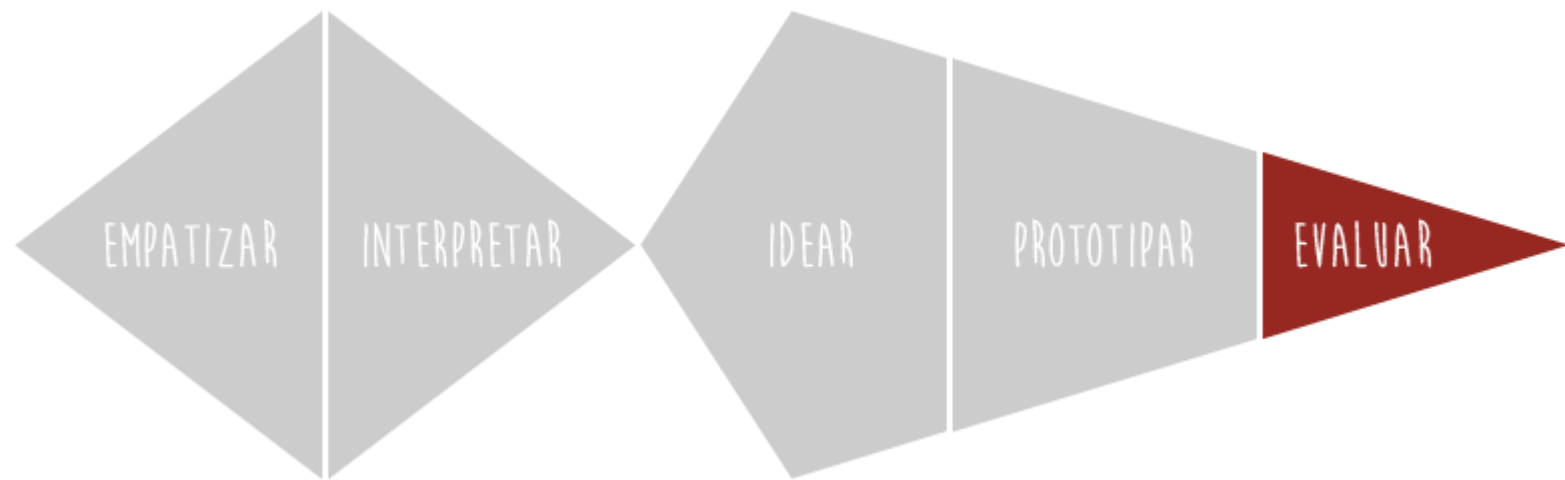
OBJETOS FÍSICOS

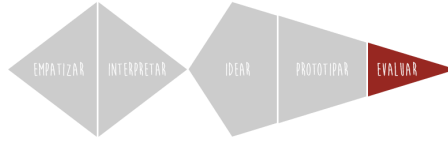


ROLE PLAY

VIDEO

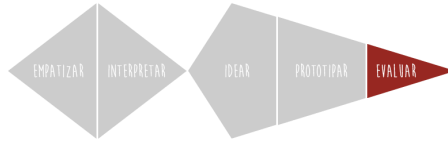






EVALUAR

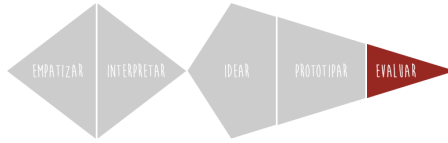
» ¿ Qué significa ?



EVALUAR

¿CÓMO?

- » No decir, simplemente mostrar.
- » Crear Experiencias.
- » Pedirle al usuario que compare.
- » Pedirle al usuario que relate la experiencia.



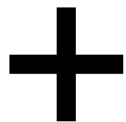
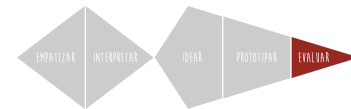
EVALUAR

¿PORQUE?

- » Para refinar prototipos y soluciones.
- » Iterar
- » Para aprender más sobre el usuario.
- » Volver a Empatizar
- » Para redefinir el Problema

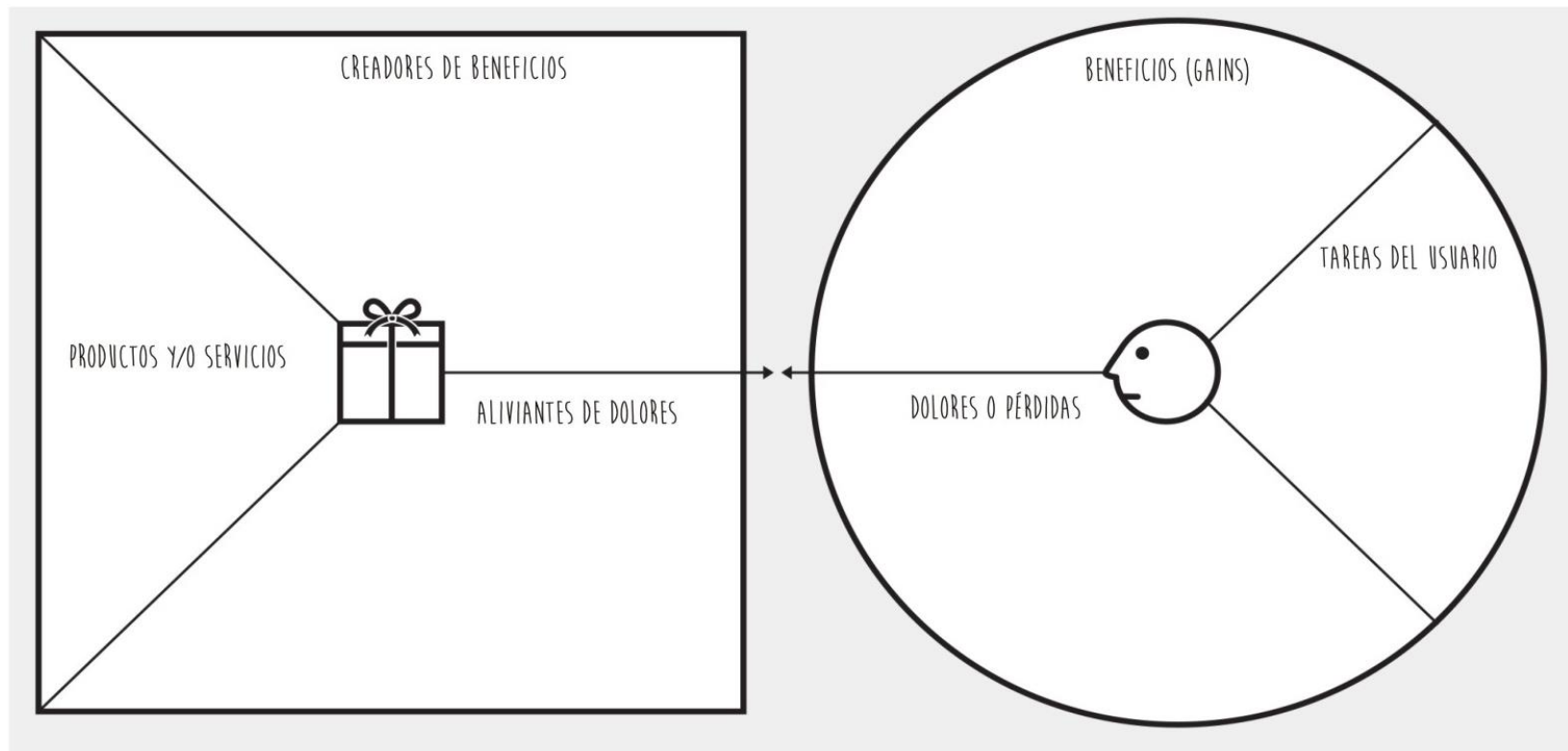
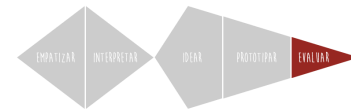


MALLA RECEPTORA DE INFORMACIÓN

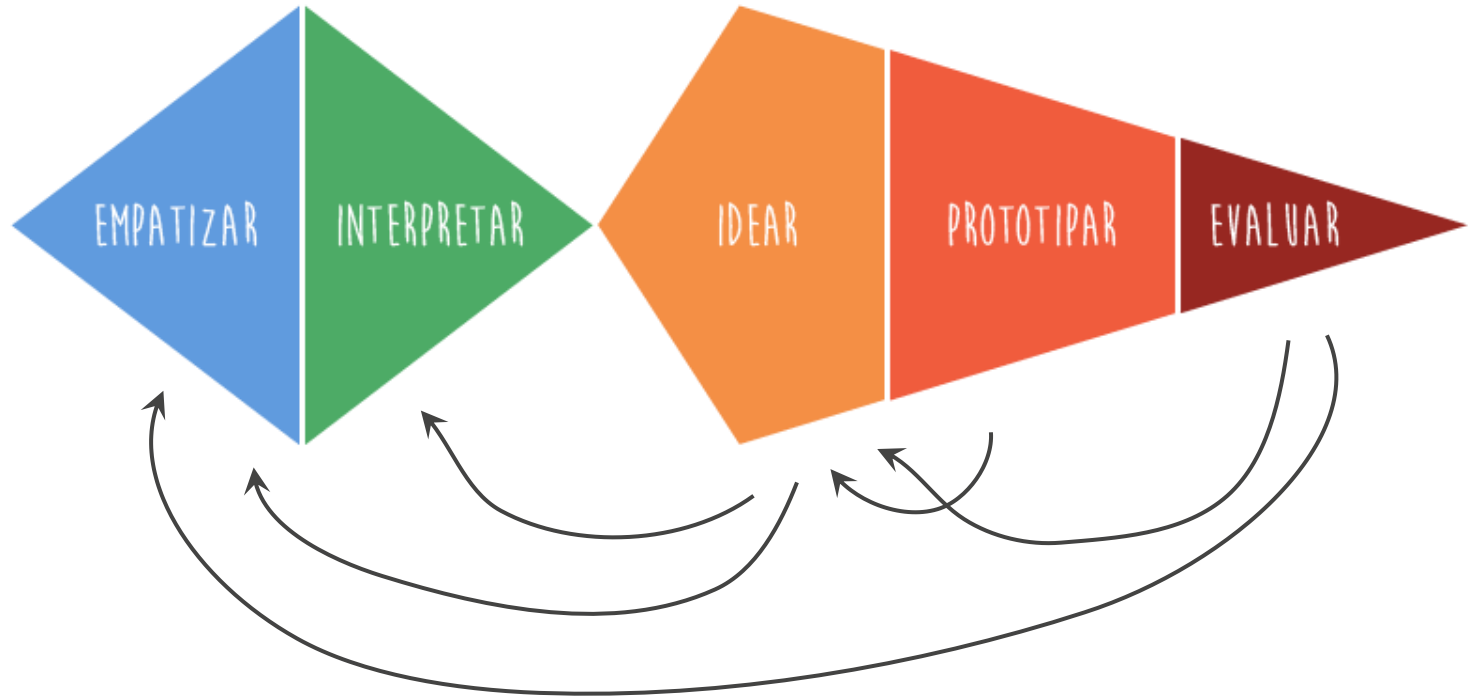




CANVAS DE PROPUESTA DE VALOR



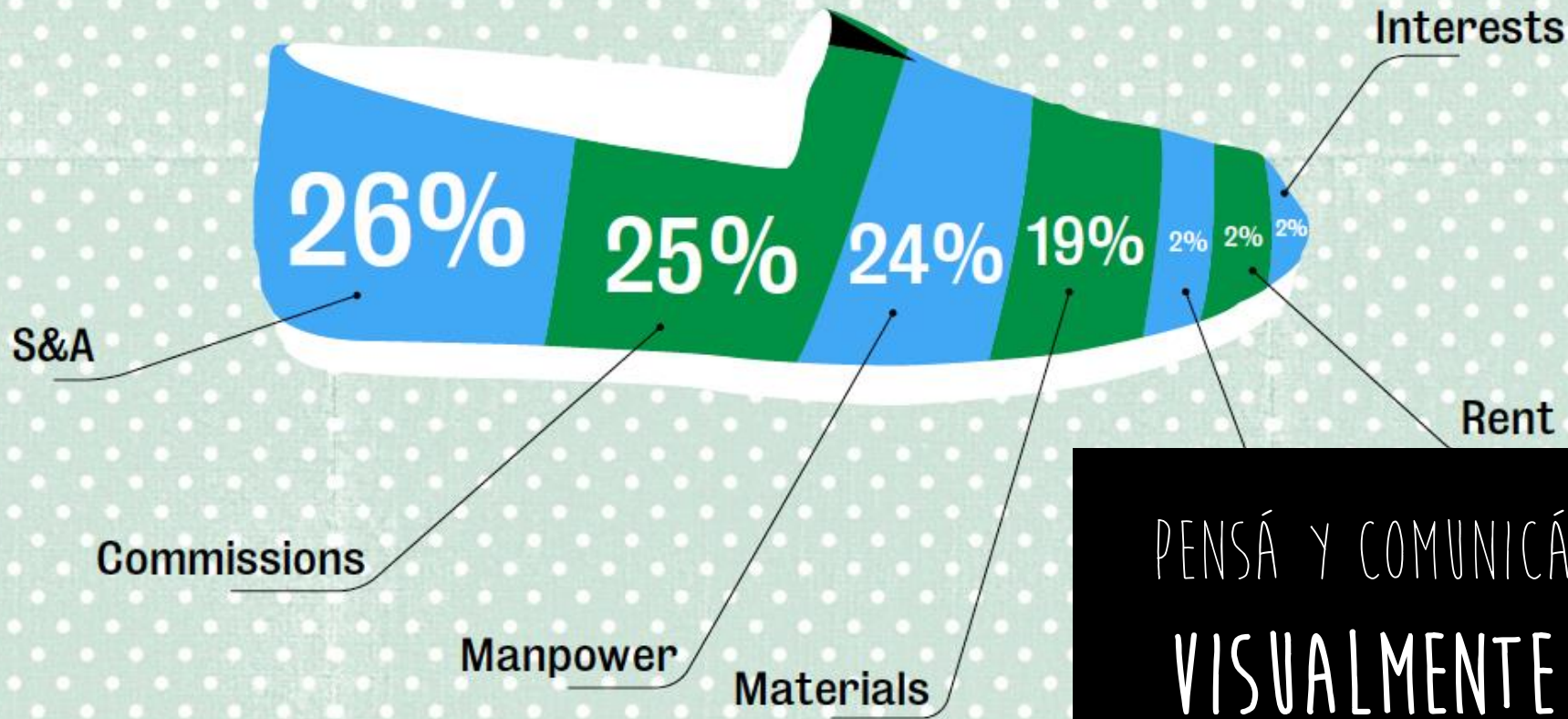
TODO VUELVE...



PREMISAS



ENFOCÁTE EN EL
HUMANO



PENSÁ Y COMUNICÁ
VISUALMENTE

COLABORÁ DE FORMA
RADICAL



SÉ CONSCIENTE DEL
PROCESO





HACÉ MUCHO
PROTOTIPO

**THERE IS NO 'CTRL' BUTTON
ON CHUCK NORRIS'S COMPUTER.**

INCITÁ A LA
ACCIÓN

**CHUCK NORRIS
IS ALWAYS IN CONTROL.**

APRENDÉ
HACIENDO





VISUALIZÁ
EL FUTURO

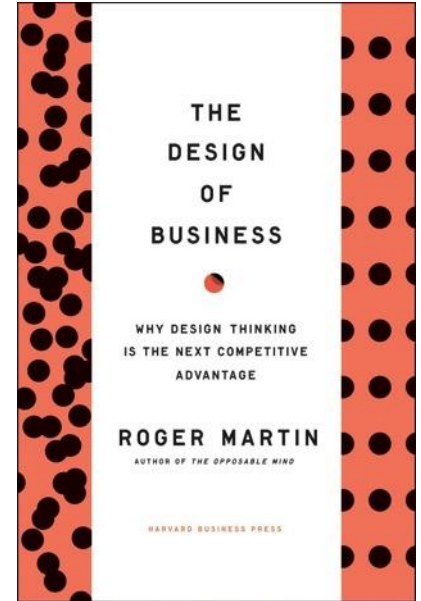
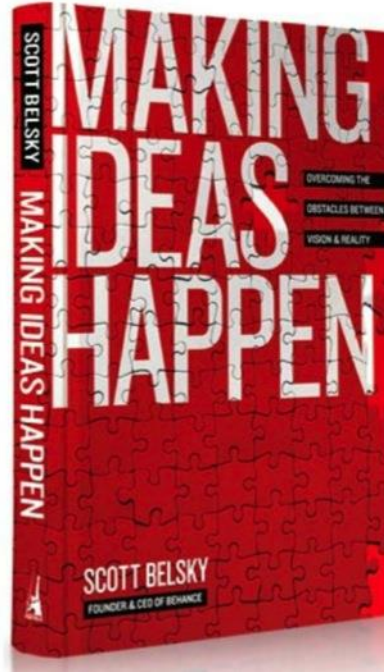


DALE BOLA AL
CONTEXTO

SÉ SIEMPRE
OPTIMISTA



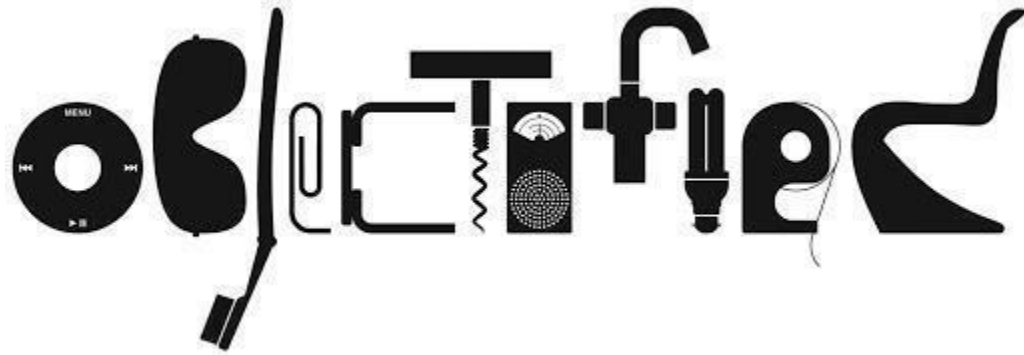
BIBLIOGRAFÍA



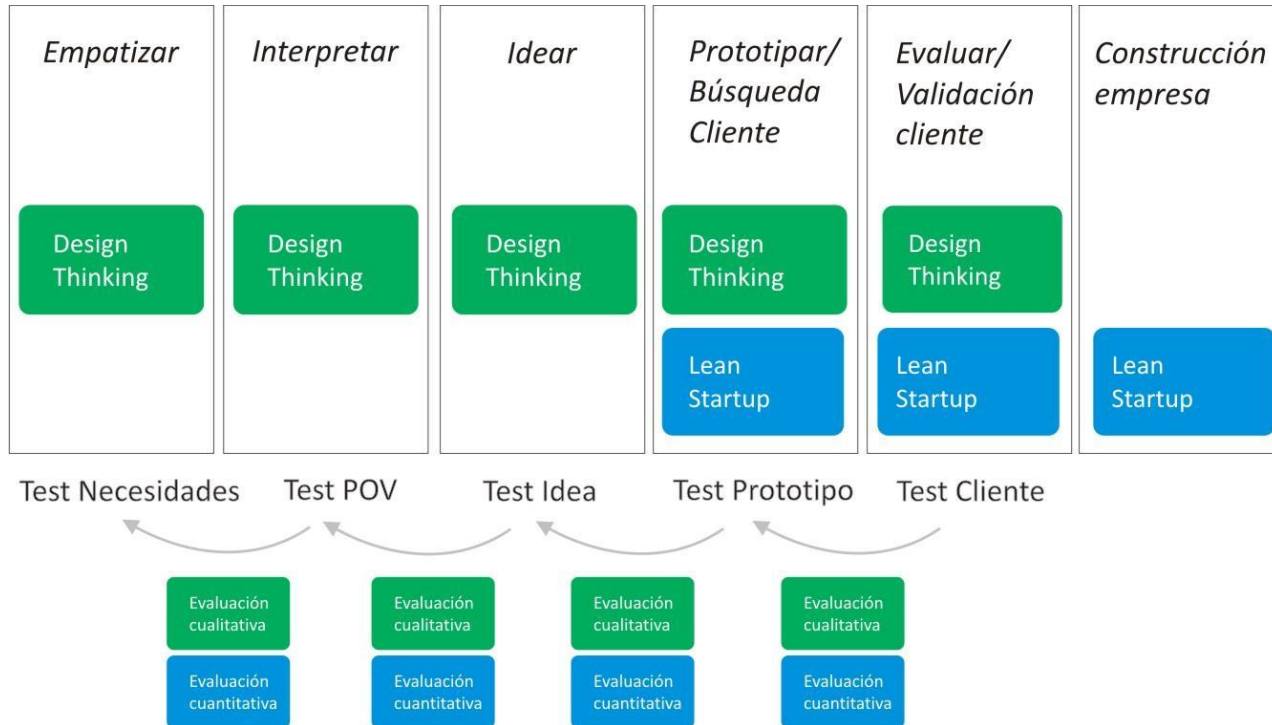
RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES



DESIGN THINKING VS. LEAN START-UP



Introducción al **DESIGN THINKING** para emprendedores.

Laura Lospennato @alfalala
Manuel Garzarón @mgarzaron

El material en Institutobaikal.com

Buenos Aires, 22 de julio de 2014