

GLAMOUR

ABRIL
ESPAÑA 2017

*Bolero, rayas
y accesorios*
**TU NUEVO
LOOK**

EXTRA
**CUERPO
ESBELTO**
EL PLAN
MÁS DIVERTIDO

EN PORTADA
Joséphine
Le Tutour

www.glamour.es

CHIC

NATURAL

ALICIA KEYS, MOISES NIETO, HINDS,
GANA EL ESTILO CONSCIOUS

**EL DINERO
QUE MERECE**
CÓMO ROMPER
LA BRECHA SALARIAL

**24 HORAS
EN
BORNEO**
UNA AVENTURA
SOLIDARIA

YOU
YOU
YOU

Descubre el Design Thinking, la metodología de trabajo que arrasa en las compañías punteras del mundo. El secreto: lo importante es la persona y tu imaginación.

Texto: G.H. Ilustración: Gonzalo Muño

DISEÑA UNA MENTE CREATIVA



“Se trata de una metodología que, mediante la sensibilidad del diseñador y sus diferentes y múltiples técnicas de resolución de problemas, es capaz de satisfacer las necesidades de las personas de una forma tecnológicamente factible y comercialmente viable”, nos explica Matilde Martínez Casanovas, directora del Innovation Factory™ Institute y de CreaInnova™ Institute.

Los 5 pasos. En cuanto al proceso de desarrollo Design Thinking se divide en cinco ineludibles pasos: “Empatizar con las personas que disfrutarán de nuestro trabajo, hay que observarles, entenderles, intentar sentir lo que sienten; definir, para poder seleccionar qué necesidades concretas vamos a solucionar; idear, ya estamos listos para uno de los momentos más atractivos del método, la eclosión creativa para generar ideas (las reglas innegociables son: no criticar las aportaciones de los demás, generar cuantas más ideas mejor y hacerlo en un clima distendido y de diversión profesionalizada); prototipar, convertir las mejores

ideas en diseños reales que las personas puedan ver, tocar y con las que puedan interactuar; y testear, con una pequeña muestra, dejar que toquen y experimenten, aguantar la respiración, sin perder la sonrisa, y escuchar sus opiniones finales”, alecciona y aconseja Matilde Martínez Casanovas. ¿Un método para todos? “El Design Thinking se puede aplicar allí donde la interacción con los clientes o usuarios nos ofrezca un problema por resolver o mejorar y donde las potenciales alternativas para su solución sean más diversas”, razona nuestra experta. Cada paso tiene sus técnicas. Repasamos algunas:

World Coffee. Pequeñas conversaciones con carácter privado, en un ambiente relajado. Los participantes van rotando, trasladando las ideas por las diferentes mesas. Fomenta la cohesión del grupo, cambios de perspectiva y el acceso a una inteligencia colectiva.

Clustering. Técnica para organizar la información, en una pared la colocamos y la dividimos por grupos o racimos de contenidos. Después por grupos se estudian para ver los datos relevantes.

HMW Questions. Las preguntas “¿Cómo podríamos...?”, también llamadas “*HMW questions*”, son el eslabón entre las revelaciones y la generación de ideas. Las respuestas son las ideas que construirán nuestra solución innovadora.

El equipo, la gran clave. Si el núcleo es la creatividad, la clave es un buen equipo y un entorno propicio para desarrollar esa energía creativa. “El secreto está en la mezcla de generaciones, culturas, géneros y especialidades profesionales”, explica Matilde. “Esta diversidad choca frontalmente contra las paredes de los despachos. La nueva cultura hiperconectada del siglo XXI está arrollando dichas barreras, dando paso a un clima abierto de alta participación entre departamentos, dentro y fuera de la organización”, explica Martínez. **GI**