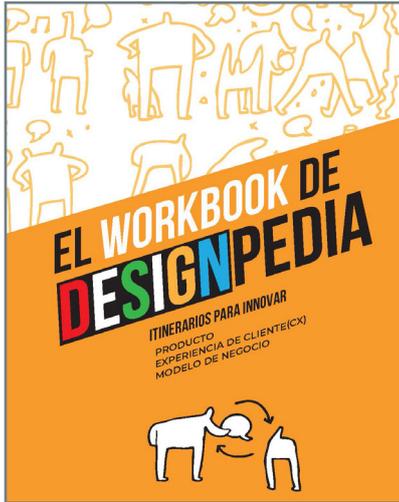


Dossier de prensa



EL WORKBOOK DE DESIGNPEDIA

Juan Gasca y Rafael Zaragoza

ISBN: 9788417880361

Editorial: LID Editorial

Colección: Acción Empresarial

Idioma: Español

Páginas: 272

Formato: digital

PVP: 19,90 euros

e-book: 6,49 euros

#WorkbookDesignpedia

La obra

¿Cómo puede una empresa que diseña videojuegos para el sector educativo realizar un producto sobre gamificación en la salud enfocado a la tercera edad? ¿Cómo puede una empresa de vinos acercarse a aquellos que nunca lo han probado?

La **capacidad de innovar** no es exclusiva de personas creativas, la realidad es que mediante el uso de **herramientas** se puede aprender a **generar soluciones** frente a cualquier necesidad. El **reto** no tiene nada que ver con «hacer» sino con **encontrar el camino para «ser»**.

Tras el éxito de *Designpedia*, Juan Gasca y Rafael Zaragoza ponen en nuestras manos *El Workbook de Designpedia*, una obra que **recoge tres itinerarios de trabajo para desarrollar con éxito proyectos de innovación** habituales en una empresa: **creación de un producto, creación de una experiencia de cliente (CX) y creación de un nuevo modelo de negocio**. Cada itinerario alinea y agrupa una selección de las herramientas más adecuadas para cada caso, una explicación práctica y un ejemplo de uso para que los CEO, managers y practitioners puedan diseñar nuevas soluciones para su negocio y acometan cualquier reto de forma creativa. Se trata de procesos líquidos ajustables a cada momento y contexto y replicables para diferentes tipologías de proyecto.

Así, *El Workbook de Designpedia* se convierte en una invitación para continuar el viaje por los lugares **que visitar para empezar una diferente forma de trabajar**»

¿Cómo empezar a innovar? Algunos consejos para preparar la mente

- 1 «Solo sé que no sé nada»
Tolera la incertidumbre entre los momentos de convergencia y divergencia.
El paso de un pensamiento a otro es lo que peor lleva la gente, por lo que es recomendable ayudar a los asistentes a que visualicen en qué momento están y guiarlos para que comprendan las virtudes de cada etapa.
- 2 «Calienta antes de correr»
Si no juegas antes, la gente no va a entrar al juego.
Parece una tontería o incluso evidente, pero en muchas sesiones ves que no hay «energía» o ves a los participantes «apagados». Nuestra recomendación es que, antes de entrar en faena, juegues un poco; estos son los llamados serious games o «juegos serios», dinámicas y ejercicios que nos ayudan a despertar o a romper el hielo... Verás cómo la gente está más despierta después de hacer estos ejercicios.

3 «Preocúpate por los espacios de trabajo»
Si quieres gente activa, no los encierres en un zulo.
Los espacios son un elemento crucial en cualquier proyecto; este va a ser nuestro refugio durante el mismo y debemos, por tanto, sentirnos a gusto. Las personas somos entes sensoriales, por lo que, si el espacio no acompaña, nos apagamos.

4 «Cuidado con los atracones»
No caigas en un maratón de herramientas.
Nuestra recomendación a la hora de abordar los itinerarios es utilizar las herramientas por bloques o sesiones, es decir, no hagas todas las plantillas en un día. Lo ideal serían sesiones de tres o cuatro horas, ya que estos ejercicios cansan, y dejar al menos veinte o treinta por plantilla.

5 «Haz el proceso tuyo»
Cada problema tiene un proceso, no existe una receta única.
Aquí hemos colocado una serie de itinerarios según la tipología de solución que busques. Recuerda que estos itinerarios son una base mínima: deberás alimentarlos con más herramientas o eliminar aquellas que no sean necesarias para cumplir con tu objetivo.

Los autores



Juan Gasca es fundador y director general de Thinkers CO. Es un catalizador de la innovación ampliamente formado en el mundo del diseño, el emprendimiento y los negocios. Su experiencia como consultor estratégico le confieren la capacidad de replantear el statu quo en encontrar nuevas vías de acción.

Rafael Zaragoza es cofundador y director creativo de Thinkers Co. Pensador utópico le encanta arremangarse y ponerse manos a la obra sea cual sea el desafío a afrontar. Formado como diseñador industrial, su verdadera pasión está en el conocimiento de la persona y la hibridación de conceptos.

Índice

Prólogo de Álvaro Vázquez
Introducción

1. El método

Aplicación práctica del design thinking

2. Itinerarios de innovación

Itinerarios básicos para la creación de nuevas soluciones

Itinerario 1: Creación de un producto

Itinerario 2: Creación de una experiencia de cliente

Itinerario 3: Creación de un modelo de negocio

3. Herramientas de trabajo

Mapear

Cinco porqués

Análogos/antílogos

DAFO

Diagnóstico de la industria

Stakeholders maps

Persona

Customer Journey map

Explorar

Cliente misterioso

Entrevista cualitativa

Fotografía y vídeo: etnografía

Benchmarking

Persona

Mapa de empatía

Punto de vista

Desafío de diseño

Construir

Brainstorming

Concept sketch

Storyboard

Customer Journey map

Modelo de negocio

Maqueta de cartón

Mock-up

Testear

Matriz de feedback

Entrevista cualitativa

Test de usuario

4. Casos de empresa

5. Consejos finales

Epílogo de Guillermo Lorbada

Autores.