

Design Thinking

Punto de entrada: el valor de negocio, no el cliente

Metodología para resolver problemas y crear soluciones que generan valor medible para la organización. A diferencia del enfoque clásico, que parte de la empatía con el usuario, aquí el punto de partida es el impacto estratégico, financiero y operativo que la organización busca lograr; el cliente se incorpora después, como parte de la validación de la solución.

LAS 5 ETAPAS — DESDE EL VALOR DE NEGOCIO



CASO PRÁCTICO				
Reducir el costo operativo del proceso de atención				
ETAPA	PREGUNTA GUÍA	HERRAMIENTA	APLICACIÓN	RESULTADOS
Empatizar	¿Qué valor buscamos proteger o generar?	Análisis de costos + entrevistas a stakeholders	Se revisa el costo actual del proceso y se entrevista a los responsables del área	Se cuantifica el costo por interacción y los cuellos de botella más costosos
Definir	¿Cuál es el problema de negocio a resolver?	Mapeo de proceso + indicadores clave (KPIs)	Se define la meta: reducir el costo y el tiempo por atención	Problema formulado con una meta financiera y operativa concreta
Idear	¿Qué soluciones maximizan el retorno?	Brainstorming + priorización impacto/esfuerzo	Se proponen alternativas: automatización, autoservicio, RPA	Se prioriza la alternativa con mayor retorno y menor esfuerzo
Prototipar	¿Cómo validar el caso de negocio con la menor inversión?	Piloto / prueba de concepto (MVP)	Se implementa un piloto de automatización en un subproceso acotado	Se valida el ahorro estimado antes de decidir escalar la inversión
Testear	¿Se cumplió el valor de negocio esperado?	Métricas de negocio: costo, tiempo, eficiencia	Se compara el desempeño del piloto contra el caso de negocio inicial	Se confirma la reducción de costo y tiempo, y se define el plan de escalamiento