

4.6

1. De acuerdo a lo estudiado, se entiende por “Design Thinking”:

- I. Forma de realzar aspectos estéticos de un producto.
- II. Método de innovación centrado en las personas.
- III. Método que permite observar, analizar y proponer diferentes alternativas de solución
- IV. Concepto que combina las necesidades del cliente con viabilidad técnica y económica.

- ☐ Sólo I
- ☐ I y III
- ☒ II y III
- ☐ I, II y III
- ☐ II, III y IV



Respuesta: E

Explicación:

Se define “Design Thinking” o pensamiento de diseño como la forma de pensar a modo como un diseñador lo haría. Esto permite generar nuevos conceptos de negocios, productos o servicios a través de observación, análisis y propuesta de diferentes alternativas de solución. Según lo expuesto en la clase, se centra en las necesidades de las personas preocupándose de la factibilidad técnica y económica con el objetivo de agregar valor.

2. Safety S.A. es una destacada empresa en el rubro de la seguridad. Ofrece un sistema de alarmas que incluye dispositivos, instalación y posterior monitoreo. Debido a la alta competencia, se le ha encomendado a usted que proponga un nuevo servicio de seguridad para ofrecer a sus clientes. Basándose en su experiencia en “Design Thinking”, indique los pasos a seguir para proponer un nuevo producto o servicio.

- I. Copiar servicios que ofrece la competencia.
- II. Observar e identificar problemas relacionados con la seguridad.
- III. Proponer ideas y desarrollar prototipos.
- IV. Realizar pruebas y luego implementar.

- ☐ I.
- ☐ I y IV.
- ☐ I, II y III.
- ☒ II, III y IV.
- ☐ II y III.



Respuesta: D

Para poder determinar un nuevo servicio de seguridad para ofrecer a sus clientes, es necesario seguir las etapas que el método de “Design Thinking” plantea. La primera fase, de inspiración, implica realizar observaciones y preguntas relacionados con el ámbito de seguridad, para luego identificar problemas y alternativas de solución. Luego, en la fase de ideación, se prueban estas ideas a través de prototipos, para luego pasar a la etapa de implementación. De este modo su nuevo servicio se centrará en las

necesidades reales del cliente.

Respecto a la competencia, es necesario tenerla en cuenta, pero el método no implica copiar lo que ellos ofrecen.

3. Usted pertenece al equipo de innovación del grupo IDEAS. En esta oportunidad se le ha encargado diseñar un nuevo envase de pasta de dientes para niños. Para el buen desarrollo de la etapa de inspiración usted propone a su equipo:
- I. Estudiar diferentes tipos de pastas de dientes y sus envases.
 - II. Determinar cómo se comportan los niños al momento de lavarse los dientes.
 - III. Realizar prototipos de posibles envases y presentarlos a la empresa interesada.
 - IV. Identificar a las personas relacionadas con el proceso de lavado de dientes de niños y determinar sus necesidades.

- ☐ I.
- ☐ II.
- ☐ I y III.
- ☐ I, II y IV.
- ☒ III



Respuesta: D

Explicación:

Uno de los aspectos más relevantes del “Design Thinking” es que se centra en las personas y sus necesidades para encontrar nuevas oportunidades de negocio. Es por esto que al desarrollar un nuevo envase de pasta de dientes para niños es necesario estudiar cómo se comportan ellos y todos los actores relacionados en el proceso de lavado de dientes. Y los actores no son sólo los niños, pueden estar relacionados en este proceso los padres que ayudan o enseñan a lavarse los dientes, la persona que elige y compra este producto o incluso un dentista. En la primera etapa de inspiración es necesario conocer cómo se comporta cada uno de estos actores y qué existe hoy en el mercado, en otras palabras, conocer el contexto del producto.

Construir prototipos para realizar pruebas y presentarlos a la empresa corresponde a una etapa posterior del diseño.

4. Luego de haber realizado la etapa de observación para la creación del nuevo envase de pasta de dientes para niños, debe seguir con la fase de ideación. Para llevar a cabo esta fase usted sugiere al equipo de IDEAS:
- I. Determinar el contexto del proyecto.
 - II. Desarrollar prototipos.
 - III. Realizar pruebas con prototipos.
 - IV. Desarrollo del producto final e implementación.

- ☒ I.
- ☐ I y II.
- ☐ II y III
- ☐ I y IV.
- ☐ IV.



Respuesta: C

Explicación:

Una vez realizada la etapa de observación es necesario seguir con ideación. En esta etapa, luego de obtener conclusiones a partir de la observación, se realizan prototipos y pruebas. Un prototipo permite concretar una idea, mostrar y probar determinadas características del producto. El contexto ya debe estar determinado y la implementación corresponde a la fase final.

5. El método de Design Thinking permite, desde la perspectiva del diseño:

- I. Observar y hacer análisis.
- II. Resolver problemas.
- III. Generar alternativas de solución.
- IV. Generar propuestas de valor.

- ☐ I, II y III.
- ☐ I y II.
- ☐ III y IV.
- ☒ I, II, III y IV.



Respuesta: D

Explicación: Utilizar el método de Design Thinking significa ver las cosas desde una perspectiva diferente. Aprender a observar, analizar, pensar y resolver dificultades como un diseñador lo haría permite generar nuevos (y distintos) modelos de negocio y ofertas de valor.

6. El método de las tres “R” de IDEO para hacer prototipos se refiere a:
- I. Hacer prototipos rápidos.
 - II. Hacer versiones preliminares.
 - III. Hacer prototipo correcto, focalizado en el logro de diferentes aspectos del producto.
 - IV. Hacer modelos completos.

- ☐ I, II y III.
- ☒ I y II.
- ☐ III y IV.
- ☐ I, II, III y IV.



Respuesta: A

Explicación: Como se indica en el artículo de IDEO, la creación de prototipos sigue el método de las tres “R”, rápido, preliminar y correcto (Rapid, Rough y Right). Hacer prototipos rápidos y preliminares permite realizar pruebas y repeticiones sin comprometerse. De este modo se logra lo que ellos denominan “prueba y error instructivos”. A través de diversas pruebas se rescatan características relevantes del prototipo y se aprende de los errores que puedan presentar. Hacer el prototipo correcto se refiere a realizar un modelo focalizado en determinado aspecto del producto, no significa hacer modelos completos.

7. Sobre el proceso de innovación de IDEO, corresponden a la Fase 0 las siguientes afirmaciones:
- I. Visualizar posibles soluciones
 - II. Determinar factibilidad del diseño.
 - III. Estudiar el contexto del área a trabajar.
 - IV. Crear prototipos.

- ☐ I, II y III.
- ☒ II y III.
- ☐ III y IV.
- ☐ I, II, III y IV.



Respuesta: B

Explicación: La Fase 0 del proceso de innovación de IDEO corresponde a observar y entender. En esta etapa se estudia el contexto en que se trabajará y se determina si es factible el proyecto o no. Plantear posibles soluciones y realizar prototipos son tareas que se realizan en fases posteriores.

8. Movistar ha empezado a utilizar la metodología de Design Thinking, porque:
- I. Quiere adoptar una cultura orientada al cliente.
 - II. Quiere mejorar el servicio al cliente.
 - III. Es lo que otros están usando actualmente.
 - IV. Desea que todos los departamentos se unan para lograr el objetivo.

- ☒ I, II y IV.
- ☐ II y III.
- ☐ III y IV.
- ☐ I, II, III y IV.



Respuesta: A

Explicación: Debido a los grandes cambios en la empresa y en la telefonía en general, era necesario recurrir a una herramienta que permitiera lograr, de forma exitosa, el objetivo de ser la empresa número uno en satisfacción al cliente. Para lograr esto necesita que todos los departamentos y empleados trabajen en conjunto, logrando establecer una cultura orientada al cliente.

9. ¿Qué medidas ha adoptado Movistar para lograr una cultura orientada al cliente?
- I. Acudir a un consultor externo, experto en Design Thinking.
 - II. Aplicar herramientas del mundo del diseño a diferentes procesos de la empresa.
 - III. Generar campañas comunicacionales.
 - IV. Motivar a empleados generando diferentes experiencias.

- ☐ I y II.
- ☐ II y III.
- ☐ III y IV.
- ☒ I, II, III y IV.



Respuesta: D

Explicación: Para lograr esta nueva cultura dentro de la empresa, Movistar ha dedicado mucho tiempo en programación de talleres y actividades que permitan motivar a empleados y mostrar de qué se trata y cómo se logra implementar esta nueva cultura. Parte de estos esfuerzos incluyen contactar a terceros expertos en el pensamiento del diseño, campañas comunicacionales para que todos estén al tanto de lo que va a ocurrir y crear un espacio en el que se desarrollen diferentes actividades entre departamentos de la empresa.

10. En el contexto de su empresa, es importante para la implementación del Design Thinking:
- I. Continua revisión de estrategias.
 - II. Estar al tanto de cambios en el mercado y tendencias.
 - III. No adoptar una cultura de cambio.
 - IV. Es necesario hacer cambios sólo en la estructura del área de innovación de la empresa.

- ☐ I.
- ☒ I y II.
- ☐ II y III.
- ☐ I y IV.
- ☐ IV.



Respuesta: B

Explicación: Para la implementación del método en una empresa es necesario adoptar una cultura de cambio. Esto significa estar al tanto de variaciones que se presenten en el mercado y tendencias, de modo de poder ir modificando estrategias para poder satisfacer nuevas necesidades de clientes. Esta cultura

de cambio debe implementarse en todas las áreas de la empresa para poder operar de forma óptima, no en sectores aislados.