

Proyecto Design Thinking: técnicas y herramientas

María Sophia Torres Conejo

1. Problema, objetivo, solución

a. Contexto

Un centro médico privado de tamaño mediano ha recibido retroalimentación de sus pacientes sobre **frustraciones en la experiencia general**, especialmente en los procesos antes y después de la cita. Aunque el servicio médico es de calidad, los pacientes sienten que la experiencia administrativa es lenta, confusa y poco empática.

La gerencia pide un proyecto para **rediseñar la experiencia del paciente** usando un enfoque centrado en las personas.

b. Problema a Resolver (Dolor del Cliente)

Los pacientes reportan:

- Largos tiempos de espera para check-in.
- Confusión con los formularios a llenar.
- Falta de comunicación clara sobre su turno.
- Poca orientación al salir: pagos, exámenes, seguimiento.
- No existen recordatorios automáticos ni confirmaciones.

La experiencia actual genera ansiedad, ineficiencia y baja satisfacción.

c. Objetivo:

Objetivo General:

Utilizar técnicas y herramientas de Design Thinking para resolver un problema de experiencia pre y post citas de los clientes en una clínica.

Objetivos específicos:

- Identificar los dolores de los clientes a través de herramientas para empatizar y entender a los clientes.
- Definir el problema principal.
- Proponer ideas de solución con técnica de brainstorming.
- Generar una visión de la experiencia mejorada.

d. Solución:

Generar un flujo de proceso más definido y digitalizado, en donde todo se encuentre conectado, claro e intuitivo, desde la búsqueda de la clínica, sus servicios y sistema de agendamiento, hasta una relación digitalizada post consulta que permita sentirse al usuario seguro y en control sobre sus citas en el centro médico.

2. Guión de la entrevista

Proyecto: Mejora de la Experiencia del Paciente en Centro Médico

1. Información General de la Entrevista

- **Proyecto:** Rediseño de la experiencia del paciente
 - **Metodología:** Design Thinking – Fase de Empatizar
 - **Tipo de entrevista:** Cualitativa, semiestructurada
 - **Duración estimada:** 25–35 minutos
 - **Perfil:** Paciente actual / potencial / adulto mayor / acompañante (marcar)
 - **Confidencialidad:** Se informa al participante que sus respuestas serán anonimizadas y usadas únicamente con fines de investigación.
-

2. Objetivo de la Entrevista

Obtener una comprensión profunda de las necesidades, expectativas, emociones y puntos de dolor de los pacientes a lo largo de su experiencia durante una visita al centro médico, para identificar oportunidades de mejora mediante soluciones digitales y físicas.

3. Estructura de la Entrevista

A. Bienvenida

- Agradecer su tiempo.
- Explicar brevemente el propósito.
- Aclarar que no hay respuestas correctas o incorrectas.

- Pedir permiso para tomar notas.

B. Preguntas de Calentamiento (3–5 min)

1. ¿Podrías contarme brevemente cómo suelen ser tus visitas a centros médicos?
2. ¿Con qué frecuencia acudes a consultas o exámenes médicos?
3. ¿Qué tipo de servicios médicos utilizas con mayor regularidad?

C. Exploración del Proceso Actual

4. ¿Qué es lo primero que haces cuando llegas a una cita médica?
5. ¿Qué tan claro te parece el proceso de registro o check-in?
6. ¿Cómo ha sido tu experiencia llenando formularios o entregando documentos?
7. ¿Cómo describirías tu experiencia durante la espera antes de entrar a consulta?
8. ¿Suele quedar claro qué hacer al finalizar la cita (pago, exámenes, etc.)?
9. ¿Has tenido alguna experiencia particularmente buena o mala en este proceso? ¿Cuál?

D. Profundización en Emociones

10. Durante tu visita, ¿hubo momentos que te generan estrés, ansiedad o confusión?
11. ¿Qué parte del proceso te hace sentir más incómodo(a) o inseguro(a)?
12. ¿En qué momentos sientes que necesitas más apoyo, guía o información?

E. Comportamiento Digital y Preferencias

13. ¿Qué tan cómodo(a) te sientes usando herramientas digitales como apps, formularios web o kioscos?
14. ¿Preferirías llenar los formularios antes de llegar al centro médico? ¿Por qué?
15. ¿Te sería útil recibir recordatorios, confirmaciones o instrucciones previas por WhatsApp o correo?
16. ¿Qué tan útil te parecería contar con una pantalla que muestre los turnos y tiempos estimados de espera?

F. Necesidades Relacionadas con Soluciones Físicas

17. ¿Te ayudaría tener una guía física o folleto que explique el proceso dentro del centro?
18. ¿Qué tipo de señalización visual te resultaría más clara (flechas, colores, mapas)?
19. ¿Prefieres contar con un asistente humano en alguna parte del proceso?
¿Dónde?

G. Exploración de Ideas y Expectativas

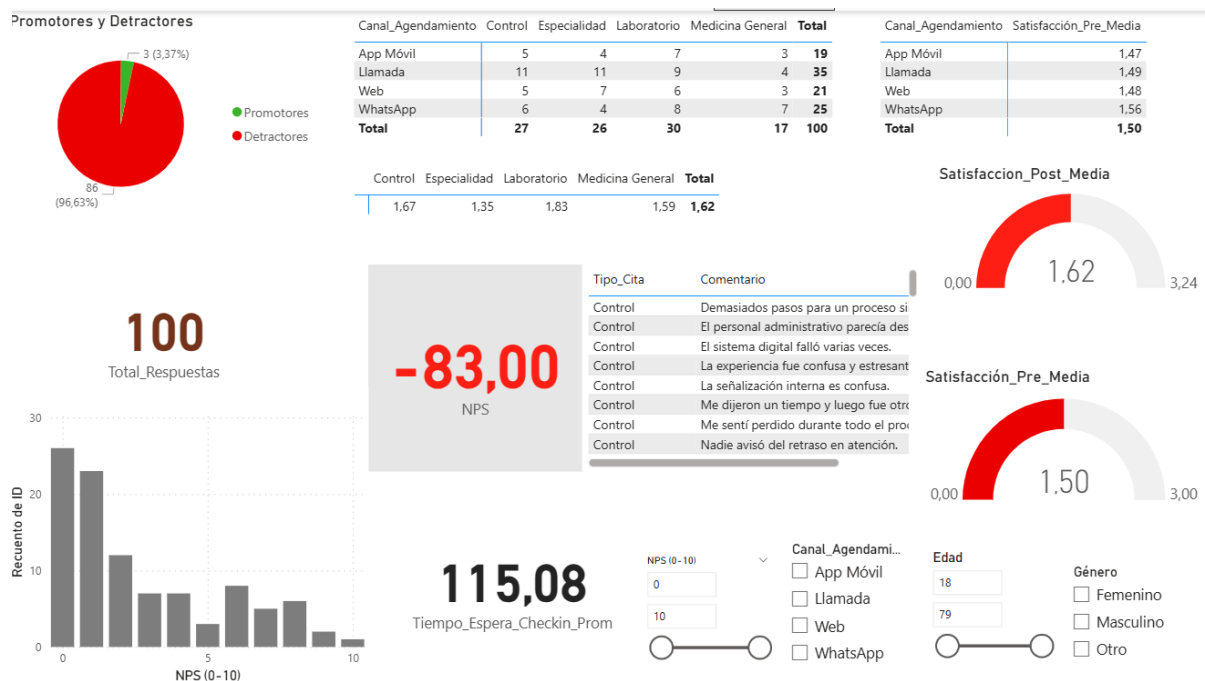
20. Si pudieras mejorar un aspecto de la experiencia en un centro médico, ¿cuál sería?
21. ¿Hay algo que hayas visto en otro centro o servicio que te gustaría que existiera aquí?
22. ¿Qué “idea ideal” o solución soñada te gustaría ver implementada?

H. Cierre

23. ¿Hay algo más que quisieras agregar sobre tu experiencia?

24. ¿Te interesaría participar en una segunda fase donde evaluemos prototipos?

Además, dentro del contexto de la experiencia del cliente de la clínica se sabía que había una deficiencia en la atención pre y post cita, por ello se decidió realizar una encuesta por medio de SurveyMonkey para calcular los NPS. Y se realizó un dashboard para observar los resultados.



3. Mapa de empatía



Pain

Votación por puntos



No entender procesos, formularios, pasos

Largos tiempo sin información

No recordar citas, nombres, seguimientos

No hay información valiosa o actualizada en web y app

Check-in lento y confuso

Formularios manuales

Falta de instrucciones paso a paso

No hay visibilidad del turno

Salidas desordenadas (pagos, exámenes, reprogramaciones)



Gain

Votación por puntos



Rapidez/eficiencia

Claridad/Orientación

Comunicación digital sencilla

Proceso claro y guiado

Digitalización

Confirmaciones y recordatorios

Información de turno

Tiempos de espera menores a 40 minutos

Orientación al finalizar

4. POV

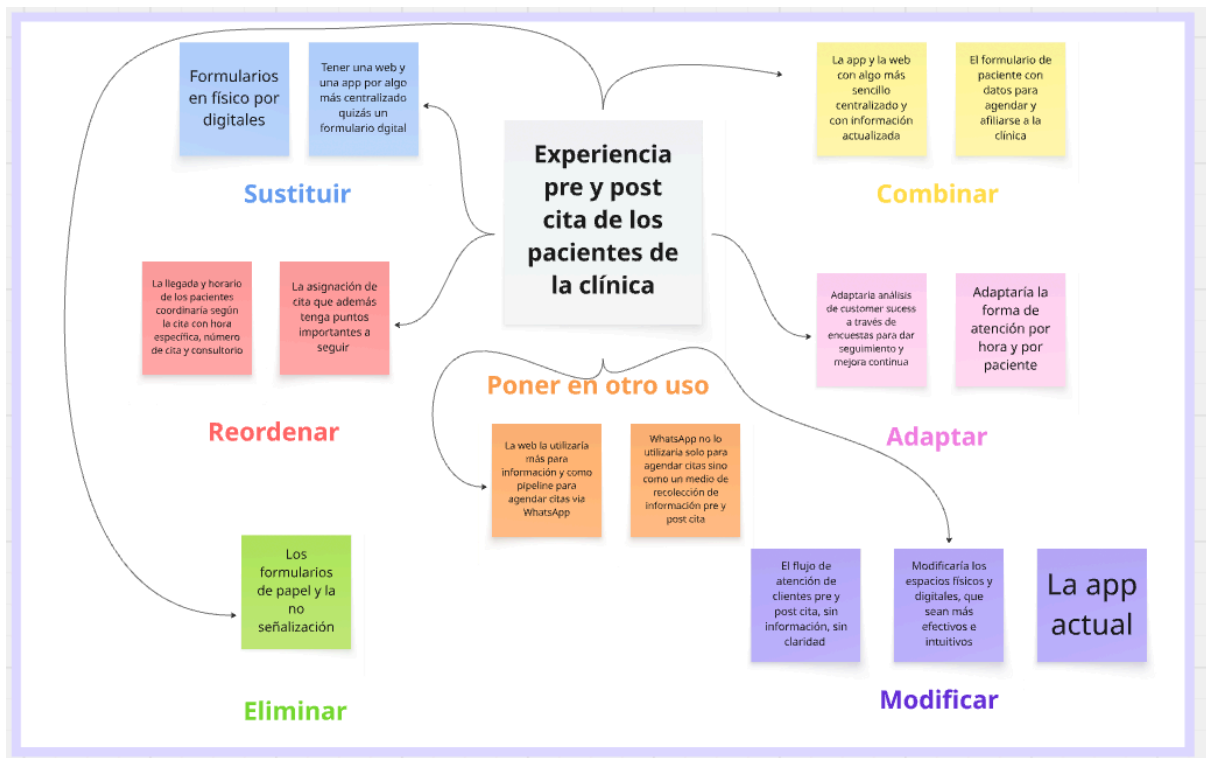
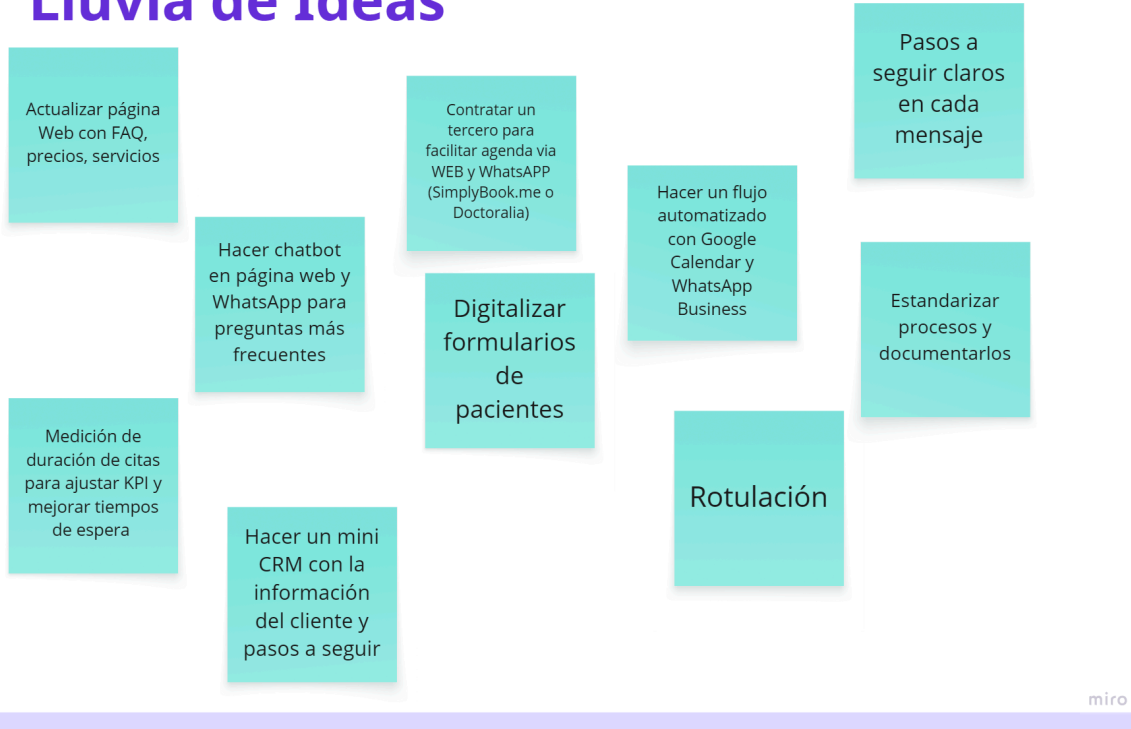
Los clientes de la clínica necesitan un proceso ordenado, digitalizado y con mayor claridad e información para que así puedan estar satisfechos y sin ansiedad con sus citas antes, durante y después, y así seguir recurriendo a la clínica.

Usuarios	Necesidad	Revelación
Los clientes de la clínica	Un proceso ordenado, digitalizado y con mayor claridad e información	Puedan estar satisfechos y sin ansiedad con sus citas antes, durante y después, y así seguir recurriendo a la clínica

miro

5. Ideas o soluciones más destacadas

Lluvia de Ideas



Idea destacada: Centralizar la experiencia de los clientes en una sola app el pre, durante y post cita del centro médico, donde a través de una armonización del sitio se pueda llevar una experiencia satisfactoria, de visualización de servicios, canales de agendamiento, información, recordatorios y medidas pre y post citas.

6. Storyboard

