



ENCUESTA ELEMENTAL

SOBRE LA PRÁCTICA DEL
DESIGN THINKING
EN ESPAÑA



convers**action**
.com



La encuesta fue realizada de forma abierta en LinkedIn durante el primer trimestre de 2019.

Los sectores que más participaron:

33% TECNOLOGÍA

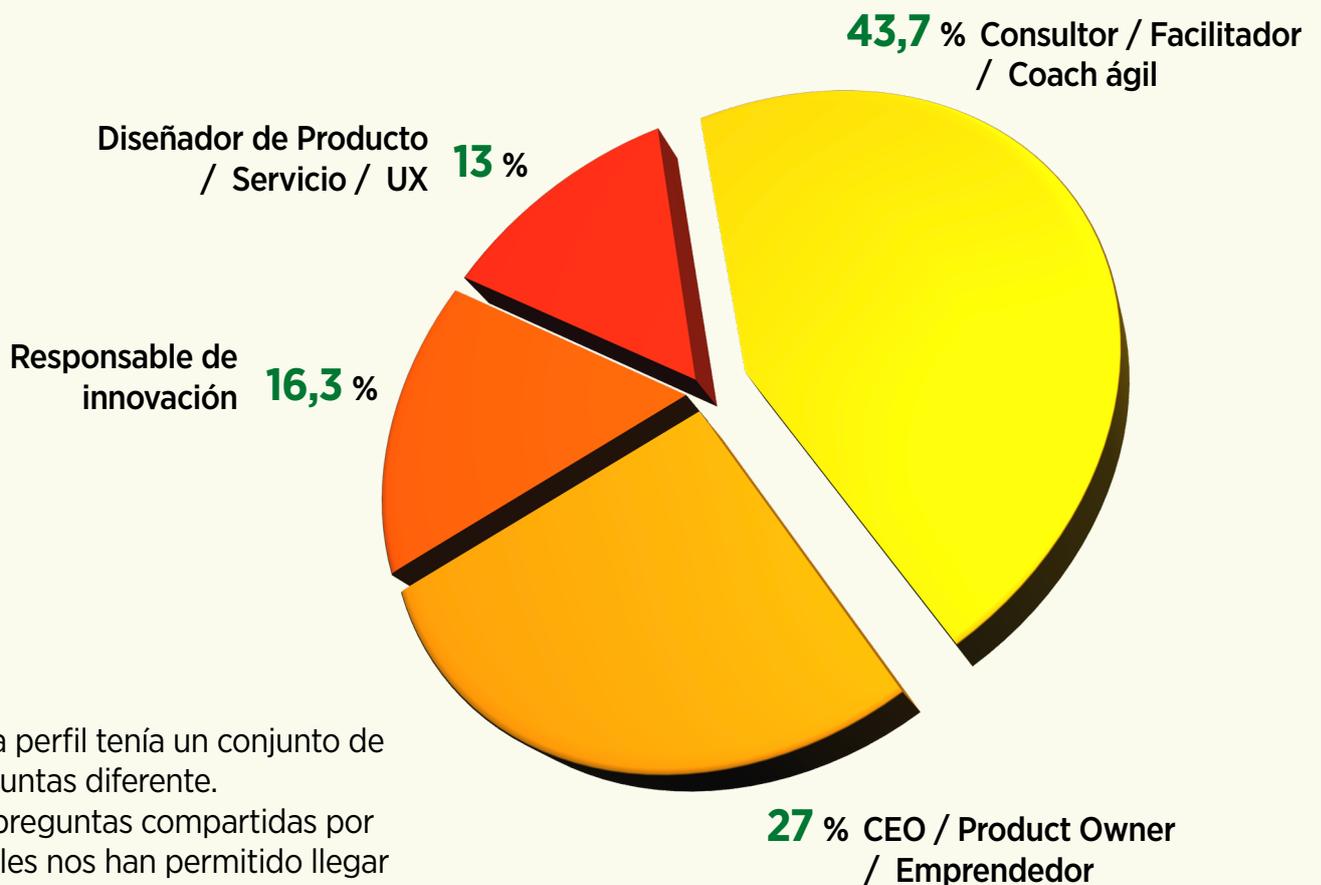
27% SERVICIOS

12% BANCA, FINANZAS, SEGUROS

8% COMERCIAL Y VENTAS

7% INDUSTRIA

Respondieron **430** personas de diversos sectores de actividad y de **4** perfiles



Cada perfil tenía un conjunto de preguntas diferente. Las preguntas compartidas por perfiles nos han permitido llegar a **conclusiones comparativas**.



ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE

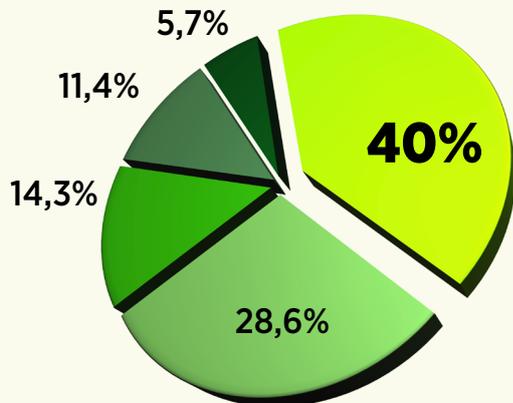
La percepción de los responsables de innovación es que la práctica del Design Thinking no encaja aún con la cultura de la innovación (40%).

En cambio los que están en cargos directivos lo atribuyen a una **falta de experiencia en esta metodología** (33%).

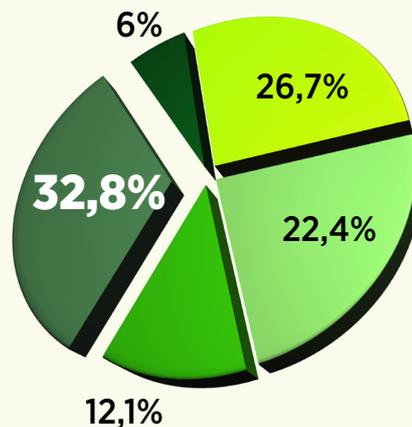


¿Qué crees que **impide o dificulta** un mayor uso del Design Thinking?

RESPONSABLE DE INNOVACIÓN



CEO / PRODUCT OWNER / EMPRENDEDOR



- NO ENCAJA AÚN CON LA CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN
- NO DISPONEMOS DE TIEMPO PARA ESTA FORMA DE TRABAJO

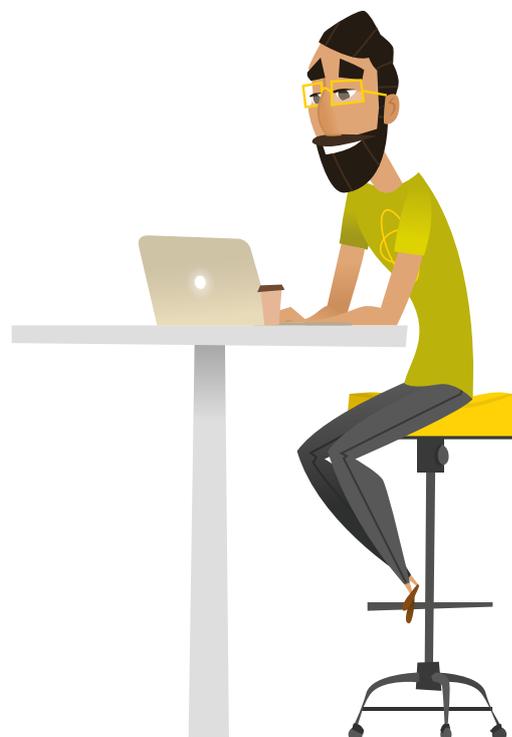
- LOS PARTICIPANTES E INTERESADOS NO LO VEN ÚTIL
- NO TENEMOS EXPERIENCIA EN EL MANEJO DEL DT

- NOS FALTA PRESUPUESTO



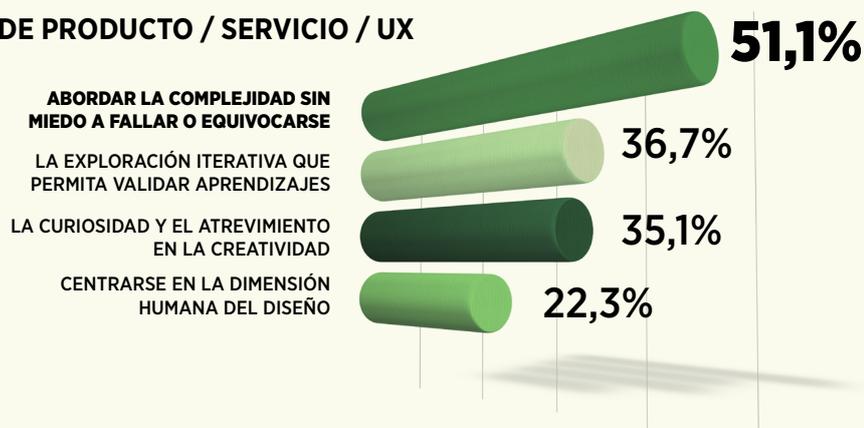
Los diseñadores de producto y UX coinciden con los consultores y facilitadores de Design Thinking: **La faceta menos cuidada es afrontar la complejidad sin temor al fracaso (50%).**

Esto implica una aversión al riesgo y al error, que se ven como algo a evitar en lugar de apreciarlos como oportunidades de aprendizaje.

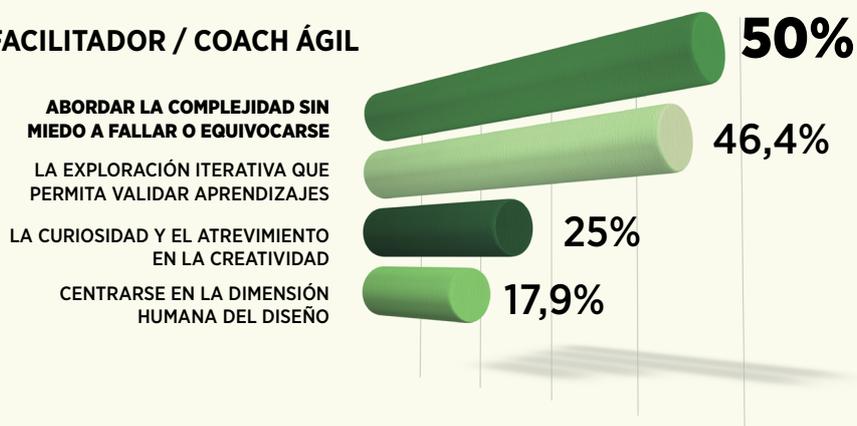


¿Cuál es el **componente menos aprovechado** en nuestras sesiones de DT?

DISEÑADOR DE PRODUCTO / SERVICIO / UX



CONSULTOR / FACILITADOR / COACH ÁGIL



El Design Thinking implica un cambio cultural en las organizaciones y, sin embargo, apenas se aprovecha para cambiar la propia cultura.

Sólo el 34% de los directivos afirman usarlo para diseñar procesos y el 32% para el diseño organizativo.

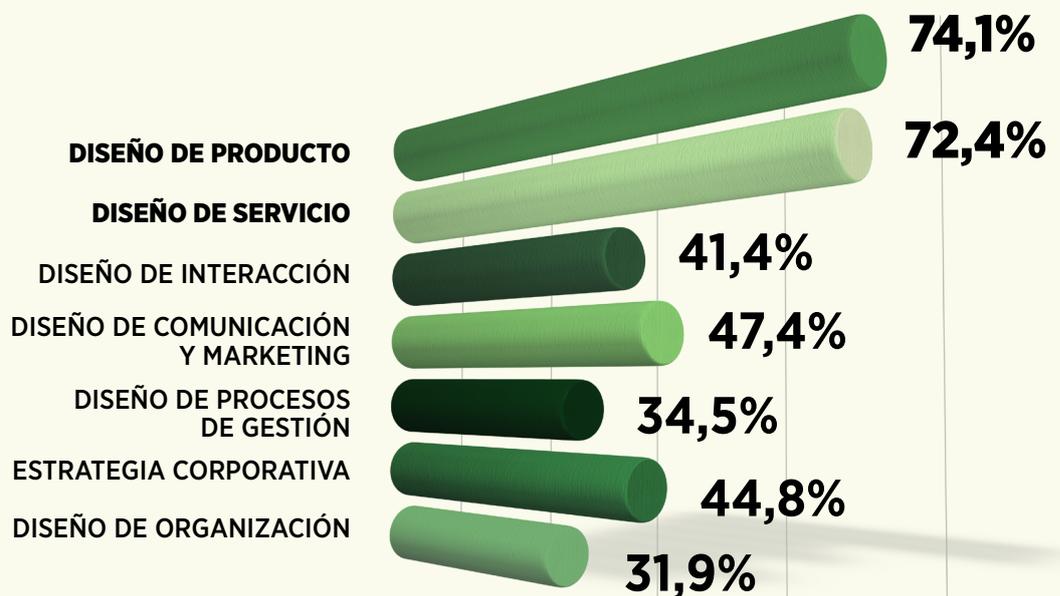
¿Para qué lo usan entonces?

El 74% de las empresas para diseñar productos y el 72% para diseñar servicios.



¿Para qué se aplica Design Thinking en la organización?

CEO / PRODUCT OWNER / EMPRENDEDOR



ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE

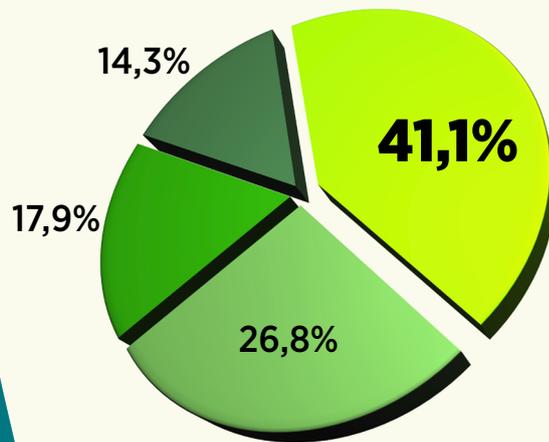
El 41% de los practicantes de Design Thinking reconocen que la fase a la que menos atención prestan es la búsqueda de información sobre lo que intentan resolver.

Diseñadores, consultores y agilistas coinciden también (27-31%) en que la segunda asignatura pendiente es una buena definición del desafío.

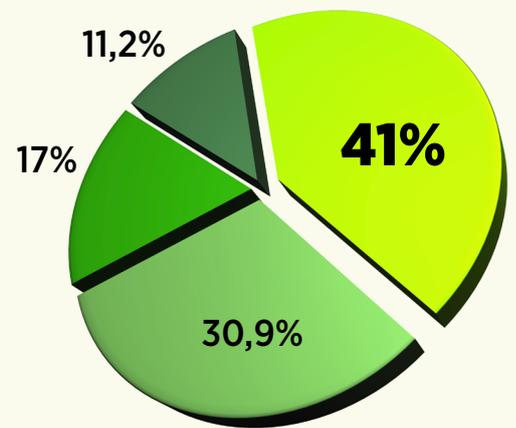


¿Cuál es la fase del proceso de Design Thinking a la que menos atención prestamos?

DISEÑADOR DE PRODUCTO / SERVICIO / UX



CONSULTOR / FACILITADOR / COACH ÁGIL



● LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN Y LA RECOPIACIÓN DE OBSERVACIONES SOBRE NUESTRO OBJETIVO

● LA GENERACIÓN DE IDEAS Y OPCIONES PARA RESOLVER EL RETO

● LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA, EL PROYECTO O SOLUCIÓN QUE ELEGIMOS DESARROLLAR

● LA FORMULACIÓN DEL RETO QUE VAMOS A ABORDAR



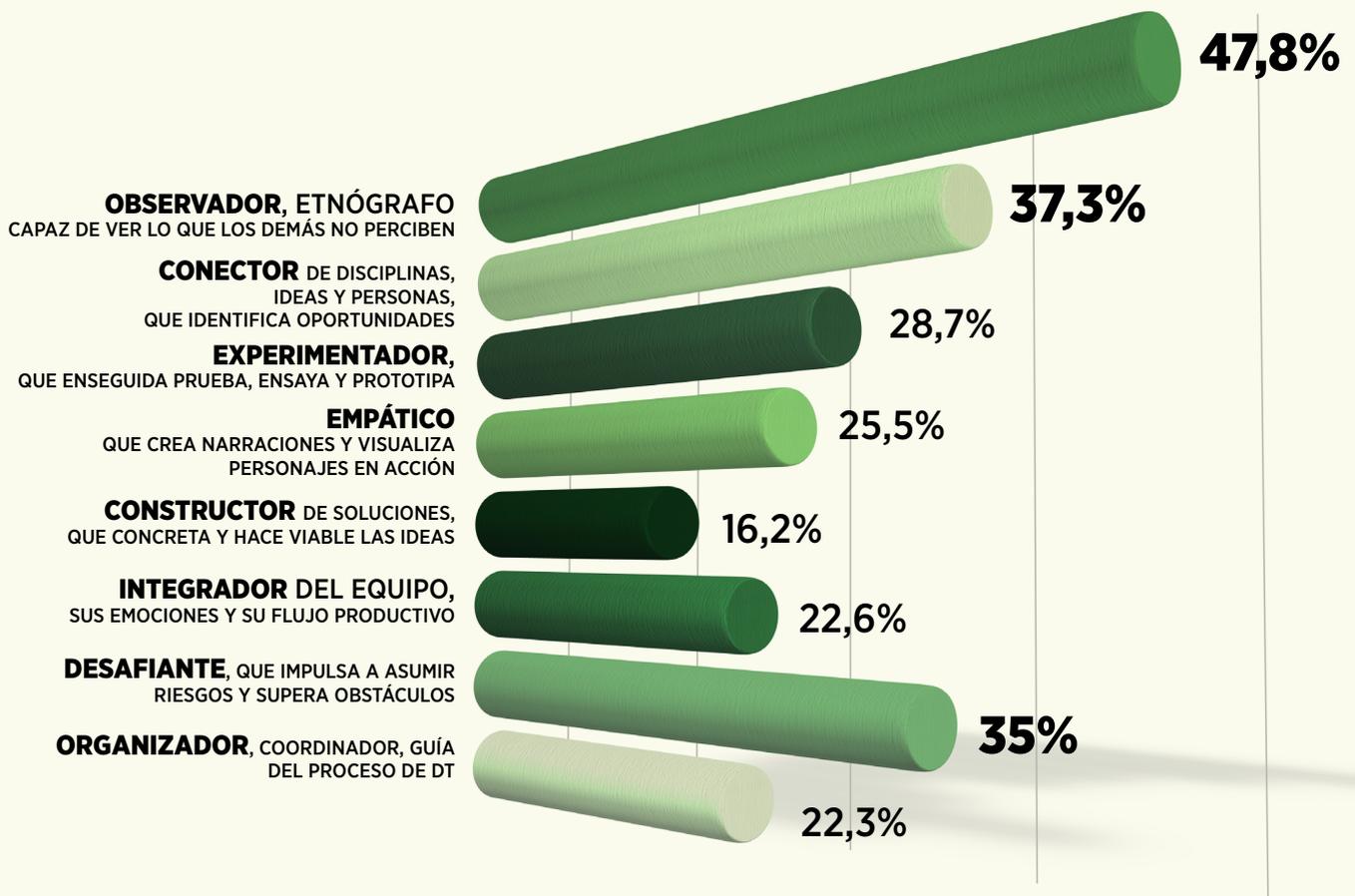
ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE



Al 47% de los equipos de innovación lo que más les cuesta es conseguir que alguien adopte el rol de **OBSERVADOR**, alguien capaz de ver con ojos nuevos cosas que siempre han estado ahí.

La segunda actitud que cuesta adoptar en el equipo innovador es el enlazador de mundos, el **CONECTOR**, el polinizador que es capaz de cruzar disciplinas e identifica oportunidades.

¿Qué roles de innovación nos faltan o están peor cubiertos?



MUESTRA: 314 PROFESIONALES
RESPONSABLES DE INNOVACIÓN / DISEÑADORES DE PRODUCTO / SERVICIO / UX / CONSULTORES / FACILITADORES / COACH ÁGIL

Es también el **47%** de los que usan **Design Thinking** el que **piensa que se hacen pocas iteraciones del proceso** y una media del **43%** reconocen que **se lanzan a idear sin haber recabado la suficiente información.**



¿Qué nos falla en el proceso de trabajo con Design Thinking?

RESPONSABLE DE INNOVACIÓN



47,1%

42,9%

37,1%

17,1%

15,7%

ITERAMOS POCO, SOMOS MUY LINEALES

NOS LANZAMOS A IDEAR SIN INFORMACIÓN PREVIA

NO TENEMOS FORMULADO ADECUADAMENTE EL DESAFÍO

NOS CUESTA ITERAR EL PROTOTIPADO

NOS CUESTA ELEGIR ENTRE LAS IDEAS GENERADAS

CONSULTOR / FACILITADOR / COACH ÁGIL

47,3%

44,7%

33,5%

28,7%

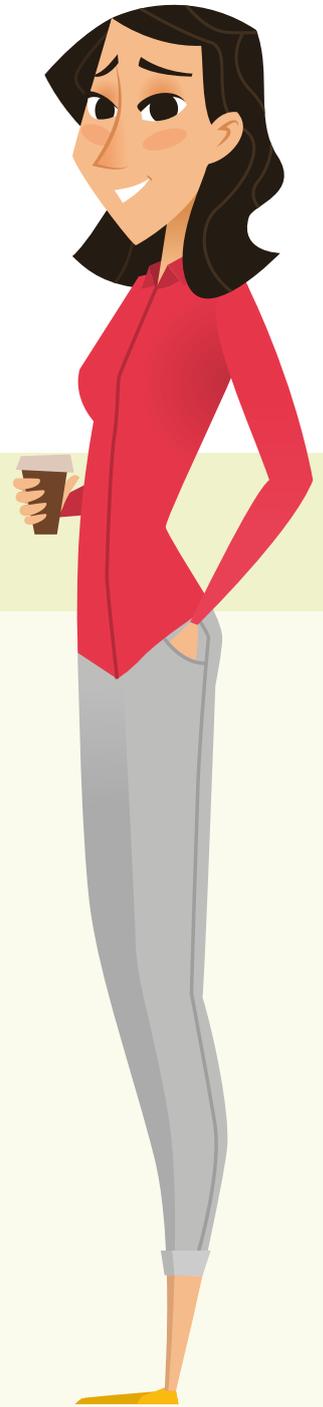
11,2%



ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE

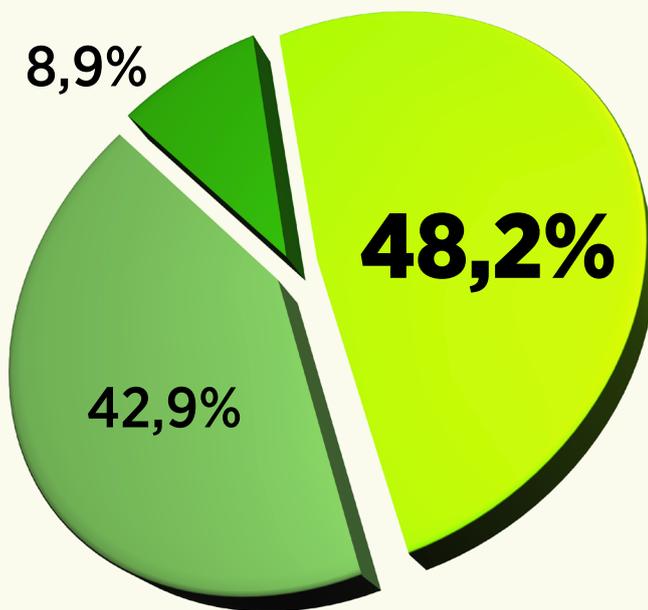
El 48% de los diseñadores de producto, servicio o interacción ven más difícil abrir opciones, hacer divergencia.

Elegir entre opciones (convergencia) sólo le cuesta más al 9%.



¿Qué nos cuesta más al aplicar Design Thinking?

DISEÑADOR DE PRODUCTO / SERVICIO / UX



● ABRIR OPCIONES, SALIENDO DE NUESTROS PATRONES

● MANTENER UN FLUJO ALTERNANTE ENTRE DIVERGENCIA Y CONVERGENCIA

● ELEGIR ENTRE OPCIONES, TRAS LA TORMENTA CREATIVA



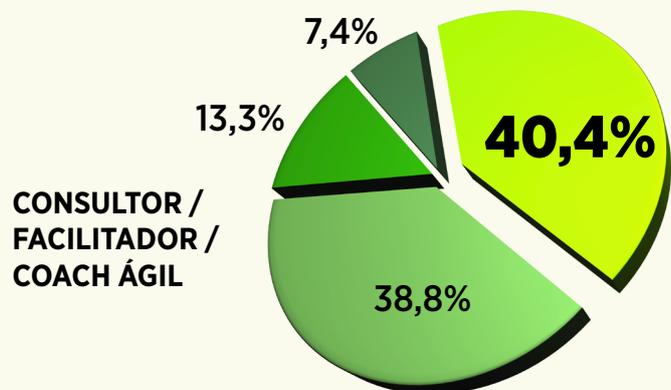
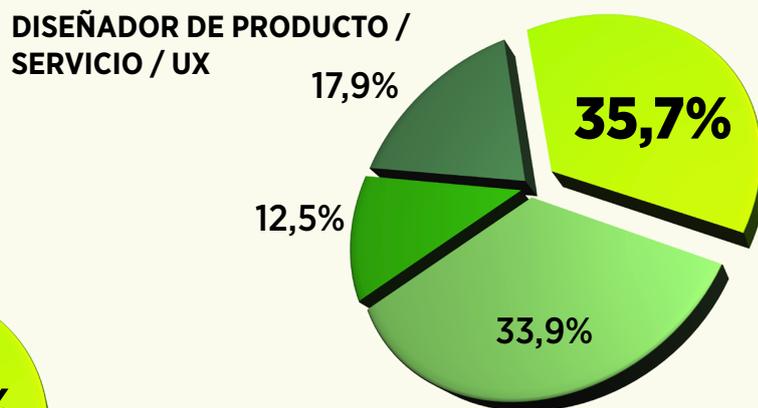
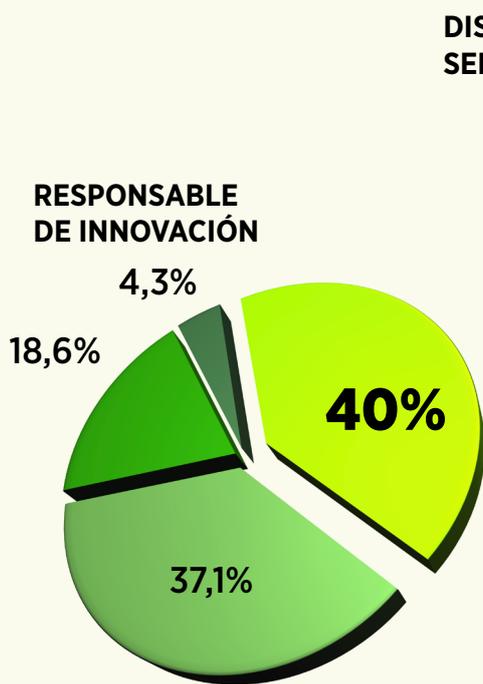
ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE



El 80% de los equipos que usan Design Thinking aplican menos de 5 herramientas en cada iniciativa.



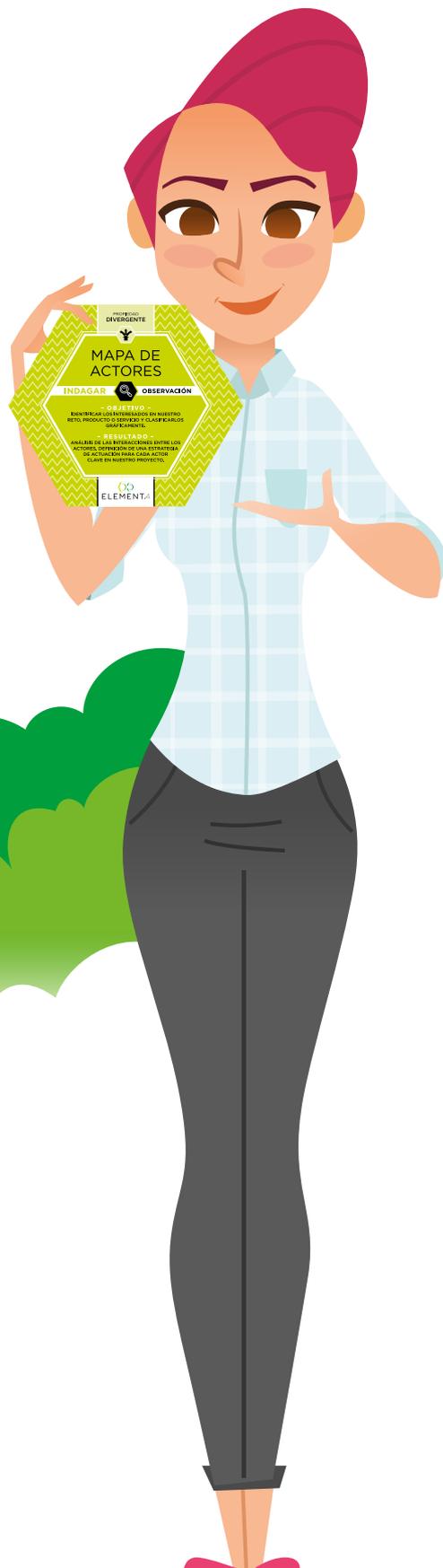
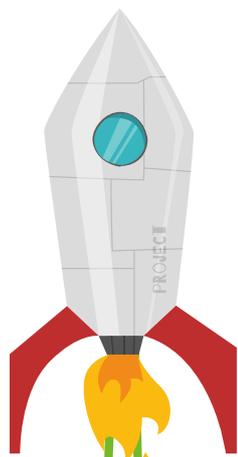
En un proceso de DT para una iniciativa concreta, ¿cuántas **técnicas o herramientas** solemos utilizar?



ELEMENT4
A DESIGN THINKING EXPERIENCE

El 44% de los encuestados sienten que lo que más necesitan ahora es **una guía de aplicación para DT**, que amplíe su paleta de recursos.

we're going up!



ELEMENTA4
TO INNOVATE

<https://www.element4.es>