

DESIGN THINKING.

Un modelo para la aplicación en la Administración Pública



Lázaro Echegaray Eizaguirre

Isabel Urbano Ortega

Guillermo Barrutieta Anduiza

INAP
INSTITUTO NACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

FICHA CATALOGRÁFICA DEL CENTRO DE PUBLICACIONES DEL INAP

DESIGN thinking : un modelo para la aplicación en la Administración Pública / Lázaro Echegaray Eizaguirre ... [et al.]. – 1ª ed. – Madrid : Instituto Nacional de Administración Pública, 2017. – 62 p. : gráf., fot. ; 24 cm. – (Colección INNAP INVESTIGA. Serie INNOVACIÓN ADMINISTRATIVA)

Bibliografía: pp. 61-62

ISBN 978-84-7351-579-5 (formato papel). – ISBN 978-84-7351-580-1 (formato electrónico). – NIPO 174-17-016-2 (formato papel). – NIPO 174-17-017-8 (formato electrónico)

1. Empresas-Administración. 2. Administración Pública. I. Echegaray Eizaguirre, Lázaro. II. Instituto Nacional de Administración Pública (España). III. Serie

35:658

Primera edición: Octubre 2017

Catálogo general de publicaciones oficiales:
<http://publicacionesoficiales.boe.es>

La actividad editorial del Instituto Nacional de Administración Pública está reconocida por Scholarly Publishers Indicators in Humanities and Social Sciences (SPI) en las disciplinas de Ciencias Políticas y Derecho. El listado SPI es aceptado como listado de referencia por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), por la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora CNEAI y por la ANEP (Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva).

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. del Código Penal).

Edita:

INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

www.inap.es

ISBN: 978-84-7351-579-5 (formato papel); ISBN: 978-84-7351-580-1 (formato electrónico)

NIPO: 174-17-016-2 (formato papel); NIPO: 174-17-017-8 (formato electrónico)

Depósito Legal: M-7072-2017

Preimpresión: Contenidos y Proyectos ISLIZ

Impresión: Ulzama Digital

En esta publicación se ha utilizado papel reciclado libre de cloro de acuerdo con los criterios medioambientales de la contratación pública.

LOS AUTORES

LAZARO ECHEGARAY

Doctor por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko unibertsitatea y Licenciado en Sociología por la Universidad de Granada (1998). Especialista en Investigación Social y en el área de las técnicas cualitativas, ha trabajado diferentes aspectos en el campo de los medios de comunicación y en la relación de éstos con la educación, la accesibilidad, las audiencias, los contenidos y la salud. También en el campo de la innovación social y educativa.

En la actualidad es Profesor Doctor en el área de Sociología e Investigación de Mercados en Camarabilbao University Business School y Coordinador de Investigación en el mismo centro.

ISABEL URBANO ORTEGA

Licenciada en CCPP y Sociología por la Universidad de Deusto, especializada en Marketing e Innovación Social, ha desarrollado su trayectoria profesional combinando actividades docentes, con el emprendimiento y la gestión y coordinación de numerosos proyectos de investigación social. En 2014, realiza el Máster en Innovación Social de la UPV/EHU, obteniendo “Mención de Excelencia”. Desde entonces se centra en la utilización del Design Thinking como metodología innovadora en la investigación social.

Su trayectoria investigadora en la actualidad está orientada hacia proyectos de innovación social alineados con la elaboración de su tesis doctoral, enmar-

cada en el programa de doctorado de la Universidad Pública del País Vasco, Modelos y áreas de investigación en Ciencias Sociales.

GUILLERMO BARRUTIETA ANDUIZA

Doctor Ingeniero en Informática por la Universidad de Deusto. Actualmente compagina otras actividades profesionales con su trabajo como profesor en Cámarabilbao University Business School y con anterioridad ha trabajado en la Universidad de Deusto, Mondragon Unibertsitatea y University College Birmingham.

Además también ha realizado estancias como profesor invitado en Hamburg School of Business Administration, Wroclaw University of Technology y Information Sciences Institute at the University of Southern California.

Su actividad como docente se ha centrado en los últimos años en las asignaturas de Comercio Electrónico y Marketing Relacional, Gestión del Conocimiento y de la Innovación además de Dirección de Empresas.

CONTENIDO

LOS AUTORES	3
1. SUSTRATO IDENTITARIO	7
1. ¿Quiénes somos?.....	7
2. ¿Cuál es el reto que nos impulsa a promover este proyecto?	8
3. ¿Qué pretendemos?.....	8
2. ESTÍMULOS EXTERNOS	11
3. ASPECTOS GENERALES SOBRE EL DESIGN THINKING	13
1. Bases	13
2. Proceso.....	15
3. Lecciones aprendidas	17
4. EXPOSICIÓN DE UN CASO PRÁCTICO DE DESIGN THINKING	19
1. Fase comprender y explorar	20
1.1. Herramientas comprender y explorar.....	20
1.2. Resultados comprender y explorar.....	20
1.3. El primer paso en esta fase.....	21
2. Fase empatizar	25
2.1. Selección de stakeholders en la fase empatizar.....	25
2.2. Herramientas utilizadas	26
2.3. Resultados.....	29

3. Fase de construcción de los equipos de Diseño Social.....	29
3.1. Identificación de las personas y cargos de las diferentes entidades participantes	31
3.2. Planificación de los equipos de trabajo.....	32
3.3. Definición de los objetivos de cada sesión.....	32
4. Fase de definición del reto.....	33
4.1. Objetivos.....	34
4.2. Herramientas.....	35
4.3. Tres grandes hitos a cubrir	37
5. Fase de ideación	38
5.1. Objetivos.....	38
5.2. Herramientas.....	40
5.3. Recursos necesarios.....	40
6. Fase de prototipado.....	41
6.1. Herramientas.....	42
6.2. Recursos.....	42
6.3. Desarrollo de la dinámica	42
5. EXPOSICIÓN DE UN CASO PRÁCTICO DE DESIGN THINKING. TOOLKIT.....	45
1. Herramientas empleadas en la fase comprender y explorar (el entorno y sus agentes).....	45
1.1. Q-Helix Actors Relationship Diagram	45
1.2. Mapa de empatía o <i>Empathy Map</i>	49
2. Herramientas empleadas en la fase de definición del reto.....	51
2.1. Equipos de diseños social	51
2.2. <i>Actors Map</i>	52
2.3. <i>Net Map</i>	53
3. Herramientas empleadas en la fase ideación.....	54
3.1. <i>Needs Maps</i>	54
3.2. <i>Service Map</i>	56
3.3. <i>Cartas Dixit</i>	56
4. Herramientas empleadas en la fase de prototipado.....	58
4.1. <i>Business Model Canvas</i>	58
4.2. Técnica « <i>Los titulares de mañana</i> »	60
6. BIBLIOGRAFÍA.....	61