

Cómo crear ideas  
innovadoras a través  
de tu cliente.  
Human Centered Design

Madrid | 7 de Julio de 2016  
De 9:30 a 14:15 horas

DESIGN  
THINKING



Organiza:



Partner:

ThinkersG<sup>®</sup>

# ***Design Thinking: Aprendiendo***

Víctor Royo Escosa  
*Jefe de Proyectos de Innovación*

**IBERCAJA**



@vicroyesc

iberCaja 

  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD

ThinkersG<sup>®</sup>

## CASOS DE USO



## APRENDIZAJE



@vicroyesc

iberCaja 

**QAEC**  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD

ThinkersG<sup>®</sup>

## CASOS DE USO



@vicroyesc

iberCaja



ThinkersG<sup>®</sup>

## FOCO EN EL PROBLEMA

No en la solución

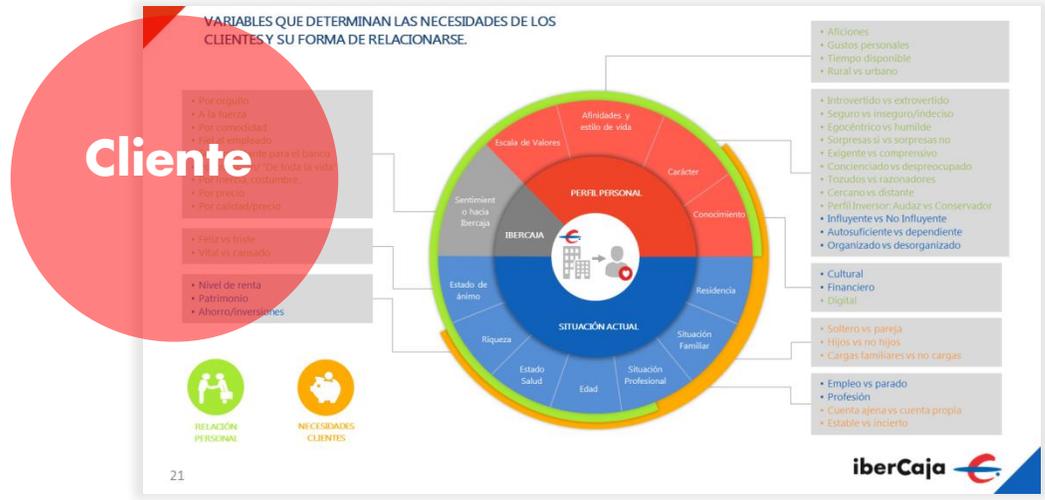


**Filosofía CPS**

- » Modelo gestión de personas/empleados
- » Gama productos para clientes
- » Nuevos servicios digitales
- » Planes de acción de mejora de reputación



## ¿Cómo conseguir que la propuesta de valor de Ibercaja sea perceptible y valorada por los clientes y, a la vez, rentable para la entidad?



## ¿Cómo podemos lograr que se perciba el compromiso de Ibercaja hacia la sociedad y los clientes?

**ARQUETIPO 4. ANTONIO SÁNCHEZ "EL JUBILADO"**

**Cliente**



**STORYTELLING.**  
Antonio, es un jubilado de 67 años que está casado con Rosa. Tienen 2 hijos y 3 nietos, a los que tienen que apoyar ayudando en el cuidado de los nietos habitualmente. Viven en Zaragoza, en su casa que tienen en propiedad y ya pagada. Tienen un Opel Vectra 1.6D. Cobra una pensión de 14 pagas de 1.500€/mes. Se preocupa mucho por sus ahorros. También aprovecha para viajar con el Imerso cuando la actividad con sus nietos se lo permite.

**OBJETIVOS PRINCIPALES DE SU VIDA**

- Ver crecer a sus nietos.
- Ayudar a sus hijos en lo posible.
- Preocupación por la estabilidad económica de su mujer en caso de fallecimiento.
- Cuidar su salud
- Dejarle una herencia a sus hijos

**NIVEL CULTURAL**

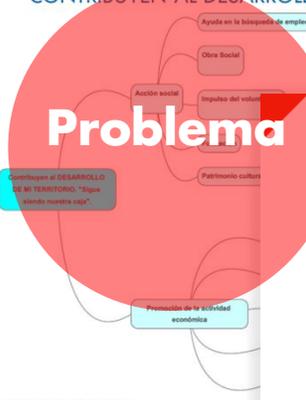
GENERAL	Media
DIGITAL	Baja
FINANCIERA	Baja/Media

23 Marca y Reputación Corporativa 

**PALANCA 8**  
CONTRIBUYEN AL DESARROLLO DE MI TERRITORIO "Sigue siendo nuestra caja"

**Problema**

- Los clientes y la sociedad exigen a las entidades financieras, sobre todo las provenientes de antiguas Cajas, que desarrollen los territorios donde operan, desde dos puntos de vista diferenciados:



73 Marca y Reputación Corporativa



**PLANES DE ACCIÓN POR PALANCA**



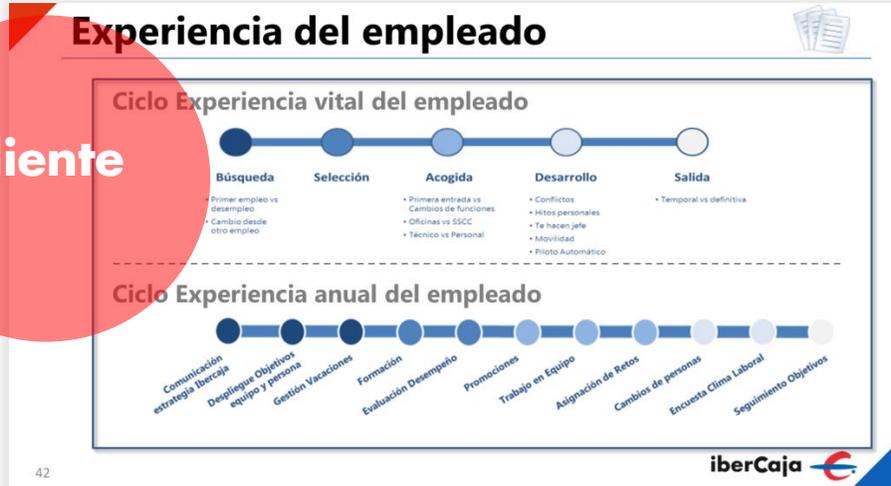
**Solución**

42 Marca y Reputación Corporativa 

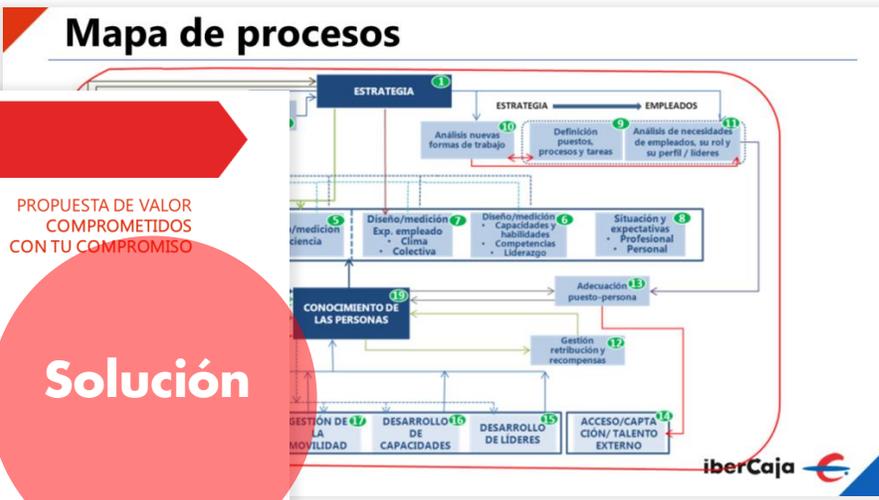
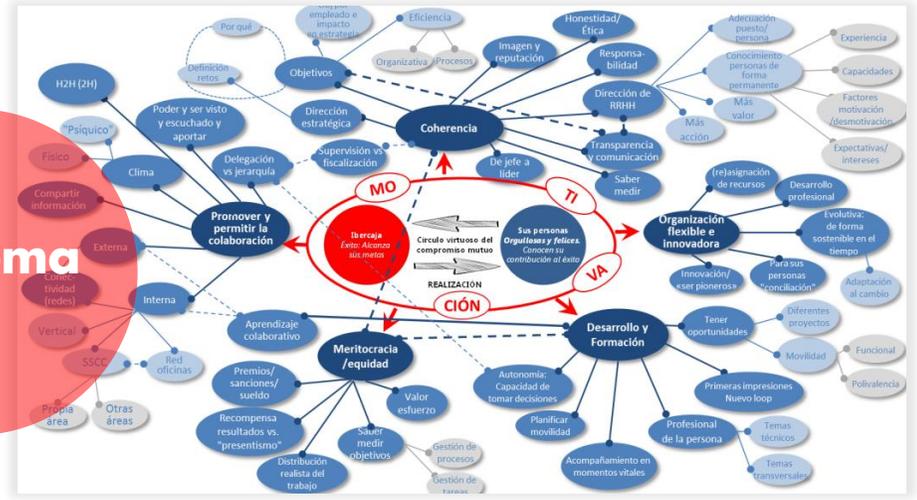
# masterclass2016innovación

## ¿Cómo ser un empleador atractivo para el talento como palanca de generación de compromiso y valor añadido“?

Cliente



Problema



## PUNTOS EN COMÚN

### INVERSIÓN EN TIEMPO

**2/3**

empatizar equipo

**1/3**

solución del reto



### FORMA DE TRABAJO

**1 día/semana**

con deberes



### EQUIPO

**Multidisciplinar**



### SESIONES

**Contexto diferente** al día a día



# masterclass2016innovación



APRENDIZAJE



@vicroyesc

iberCaja



ThinkersG<sup>®</sup>

## IDEA 1

# No es fácil enamorarse del problema antes que de la solución

- » Explicar que no es el momento de aportar soluciones, sino de empatizar con las personas.
- » Hay que centrarse en profundizar en el reto.



## IDEA 2

# Es necesario gestionar la incertidumbre

- » Explicar la diferencia entre el mundo de la ejecución y el mundo de la innovación.
- » Las fases divergentes/convergentes son clave para poder resolver retos complejos.

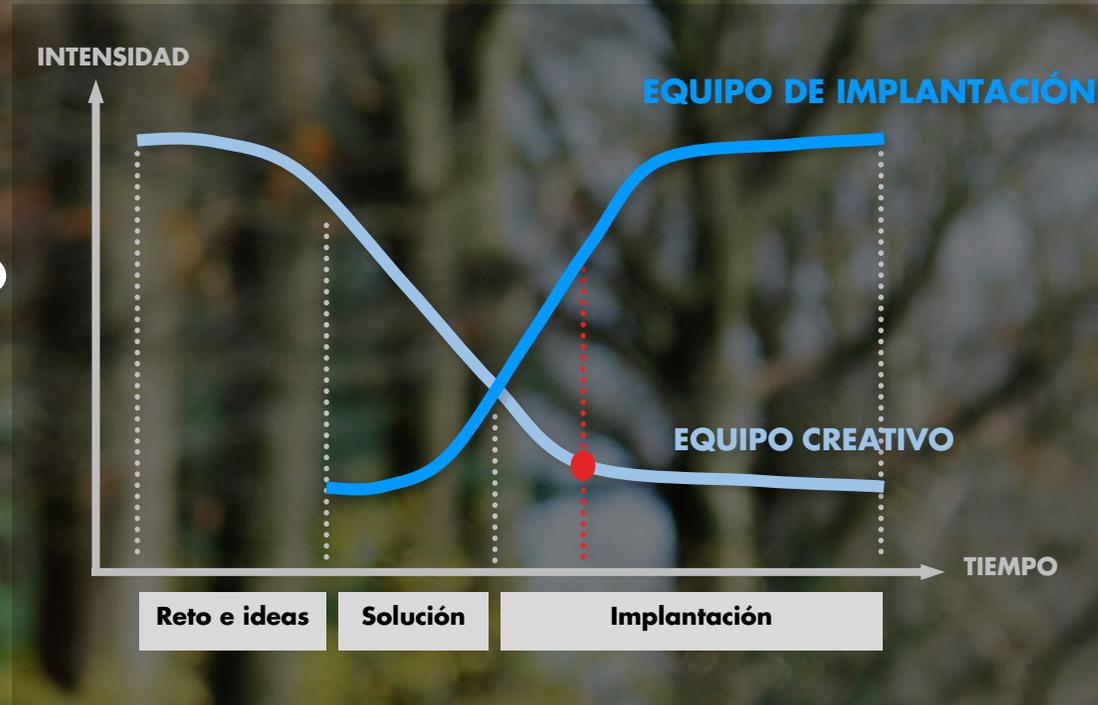
IDEA 3

## El síndrome del Corderito feliz

- » Equilibrio entre ser facilitador de las sesiones para no perder el foco sin ser muy rígido con el equipo.

## IDEA 4

# Y ahora, ¿cómo lo implantamos?



- » Dificultad del traspaso del equipo creativo al equipo implantador
- » Personas de implantación en el equipo creativo.
- » Acompañamiento en la implantación rehaciendo fases del proyecto.

## IDEA 5

# Orientación Cliente Interno y Externo

- » Los equipos multidisciplinares hacen que las personas empaticen unas con otras y se incremente la colaboración.
- » Entienden mucho mejor las necesidades del cliente y cómo impacta su trabajo en él.



## IDEA 6

# Motivación

- » Enfocar los retos de una manera diferente.
- » Personas más motivadas.
- » Evangelizadores de las nuevas formas de trabajo.



## APRENDIZAJE

- » IDEA 1. **No es fácil enamorarse del problema antes que de la solución**
- » IDEA 2. **Es necesario gestionar la incertidumbre**
- » IDEA 3. **El síndrome del Corderito feliz**
- » IDEA 4. **Y ahora, ¿cómo lo implantamos?**
- » IDEA 5. **Orientación Cliente Interno / Externo**
- » IDEA 6. **Motivación**

# masterclass2016innovación

**Design Thinking y  
otras metodologías**  
Foco en las **PERSONAS**

**Transformación de las personas**  
Transformar una entidad de más de  
140 años



@vicroyesc

iberCaja



ThinkersG<sup>®</sup>

# GRACIAS

**Víctor Royo Escosa** *Jefe de Proyectos de Innovación de Ibercaja*



@vicroyesc

iberCaja 

  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD

ThinkersG<sup>®</sup>