

WORKBOOK

GUIA PARA EL PROCESO DE DISEÑO

Desde el problema hasta una
solución monetizada

Creado por: **Carlos Cruz**





Contenido

• ¿Cuál es tu propuesta de valor?	3
• Identifica el problema que quieres resolver	4
• Investiga el problema a fondo	5
• Descubre soluciones inteligentes	6
• Elige tu mejor idea	7
• Ponla a prueba	8
• Verifica el prototipo en la realidad	9
• Perfecciona tu producto	10
• ¡Es el día del lanzamiento!	11
• Aprende y repite	

¿Cuál es tu propuesta de valor?

Toda empresa necesita definir cuál es el **producto o servicio** que ayudará a sus clientes a aliviar sus dolores y maximizar sus beneficios.

Tu proceso de diseño

El camino para descubrir tu producto o servicio es un viaje de exploración.

Y para gestionar ese viaje, usaremos el proceso de diseño para crear productos o servicios genuinos y eficaces que los clientes realmente necesiten, basándonos en una buena comprensión de esas necesidades.



Identifica el problema que quieres resolver

PÁGINA 4

El poder de hacer las preguntas correctas

Ya sea que hayas detectado un patrón en los comentarios negativos de los clientes o que tengas algo de presupuesto de I+D por gastar, el enfoque sigue siendo el mismo.

Tú y tu equipo de proyecto o producto deben responder:

- ¿Qué problema quieren resolver?
- ¿Quién tiene este problema?
- ¿La solución puede ayudar a todos por igual?
- ¿Cuáles son los requisitos de este proyecto?
- ¿Cuáles son nuestras limitaciones — presupuesto y otras restricciones? ¿Cuál es nuestro objetivo final?

Incluso si crees que tienes una buena idea, concéntrate en los requisitos y en tus limitaciones.

Muchos proyectos nuevos fracasan antes de comenzar por no tener esto claro.



Investiga el problema en profundidad

Trabajo de detective

Durante esta fase, es crucial profundizar en la exploración de las **necesidades del cliente**.

Debes:

- Comprender el estado actual del mercado
- Identificar productos competidores actuales o próximos
- Detectar áreas donde esos competidores podrían estar ignorando necesidades clave de los usuarios

Preguntas clave para obtener ideas valiosas:

- ¿Existen ya soluciones que intentan abordar este problema?
- ¿En qué aspectos estas soluciones no satisfacen completamente las necesidades del cliente?
- ¿Ofrecen versiones especializadas para nichos específicos?
- ¿Cuánto están gastando los clientes en productos similares actualmente?
- ¿Puede resolverse el problema con tecnologías disponibles (de código abierto u otras)?

Advertencia estratégica

Entrar en un mercado muy consolidado sin una ventaja clara es como lanzar un producto inferior años después de que una innovación revolucionaria haya dominado.

- Por ejemplo: intentar lanzar un smartwatch muchos años después del impacto del Apple Watch.

Descubriendo soluciones inteligentes

Guía fácil para grandes ideas

Ahora, enfoquémonos en cosas cotidianas que las personas usan o disfrutan, como productos o servicios. Es momento de averiguar cómo resolver un problema. Empieza haciendo preguntas como “¿cómo podríamos...?” para generar ideas. Puedes pensar en cómo hacer algo específico y decidir cuánto tiempo llevará.

Puedes compartir tus ideas con otros y combinarlas. Las investigaciones muestran que esta forma suele producir más y mejores ideas.

Pero tener una lista con más de 50 ideas no es útil para tomar decisiones. Así que elige las que parezcan mejores —tal vez unas 10— para analizarlas más a fondo.

¡Cuidado!

Algunas empresas se aferran a ideas que parecen muy factibles, pero que no son tan buenas.

Otras se lanzan a por ideas muy grandes... que pueden ser arriesgadas.

El método de las 4 categorías

Por suerte, existe un método llamado “las 4 categorías”, que agrupa las ideas en cuatro tipos:

1. Ideas fáciles: Son simples y encajan con lo que ya hacemos.
2. Ideas divertidas: Tienen potencial de hacer muy felices a los clientes.
3. Idea favorita: Es la que más le gusta a cada persona.
 - a. La gran idea: Una solución difícil, pero con una gran recompensa si funciona.

Cada persona del grupo puede elegir 1 o 2 ideas por tipo. Según cuántas personas haya, se puede votar con notas de colores o de forma digital.

Así se pueden recopilar muchos puntos de vista distintos.

Al final del proceso, deberías tener una lista de 4 a 8 buenas ideas para llevar al siguiente paso.

Elige la mejor solución

Clava las mejores ideas para tu próximo gran proyecto

Evalúa y elige la mejor opción

Ahora que ya tienes tu lista de ideas, es momento de evaluarlas una por una:

1. ¿Cumple con el plazo requerido?
2. ¿Se puede ejecutar dentro del presupuesto disponible?
3. ¿Resuelve genuinamente las necesidades del cliente objetivo?
4. ¿Es el producto en sí un elemento diferenciador para tu empresa?

No te bases solo en la opinión de una persona, especialmente si tu equipo trabaja a distancia.

Usa herramientas como tableros Kanban para que todos puedan priorizar y seleccionar ideas de forma colaborativa.

Dependiendo del tamaño de tu empresa, puede que tengas un comité de aprobación o una persona responsable de validar proyectos importantes.

Ellos pueden aprobar o descartar rápidamente una lista inicial antes de analizar la viabilidad de cada opción.

Pruébala

El prototipo fácil para grandes comienzos

Pon a prueba tu idea rápidamente con un prototipo. Asegúrate de no hacerlo con prisas, pero sí de forma ágil.

Recuerda: este prototipo **no es el producto final** que saldrá al mercado, así que no te preocupes por agregarle adornos ni por rediseñar todo el aspecto.

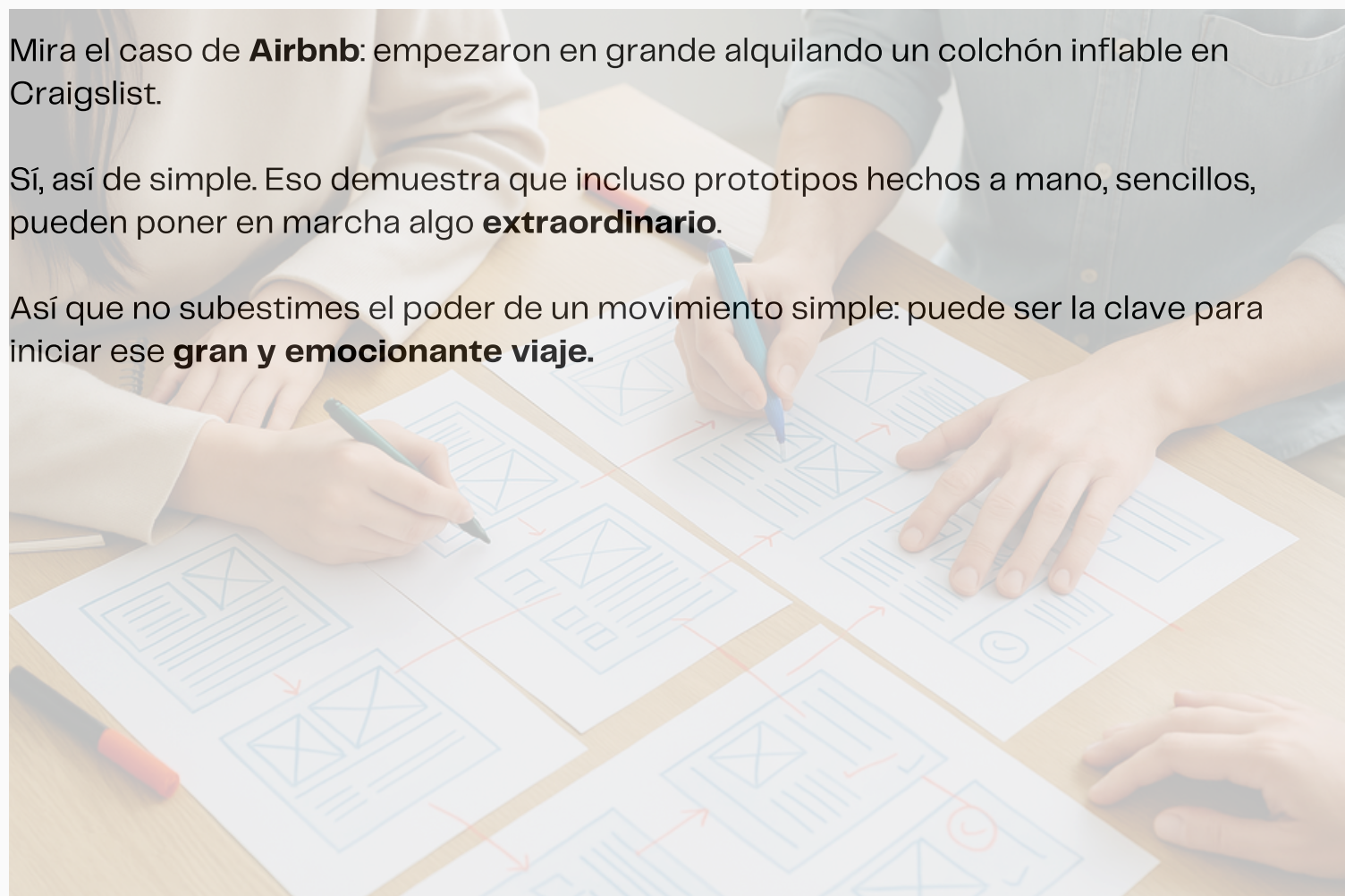
Si estás trabajando con productos físicos, usa **materiales baratos y reutilizables**.

Mantenlo simple con prototipos de baja fidelidad (low-fi), como dibujos o modelos incompletos, donde algunas partes las haces manualmente.

Mira el caso de **Airbnb**: empezaron en grande alquilando un colchón inflable en Craigslist.

Sí, así de simple. Eso demuestra que **incluso** prototipos hechos a mano, sencillos, pueden poner en marcha algo **extraordinario**.

Así que no subestimes el poder de un movimiento simple: puede ser la clave para iniciar ese **gran y emocionante viaje**.



Verificación del prototipo en la realidad

PÁGINA 9

Pon a prueba tus ideas con clientes reales

Es momento de comprobar si tu prototipo realmente se ajusta a las necesidades de tus clientes y detectar suposiciones erróneas que pudiste haber hecho.

Incluso si solo tienes un prototipo sencillo (como dibujos o un modelo básico), está bien.

Siempre que el prototipo ofrezca a los usuarios la experiencia que deberían tener, puedes obtener feedback valioso.

Ejemplo

Imagina que estás creando una herramienta con IA para encontrar vuelos baratos, basada en los destinos deseados por el usuario.

Puedes empezar con una página muy simple, donde alguien busca manualmente los vuelos usando buscadores.

Luego, después de que los usuarios lo prueben, habla con ellos y haz preguntas como:

- ¿El prototipo resolvió tu problema?
- ¿Hubo algo que te sorprendió o resultó confuso?
- ¿Qué pensaste al ver el prototipo por primera vez?

También prueba con personas que no reciban instrucciones directas, para ver si el uso es intuitivo.

Perfecciona tu producto

PÁGINA 10

Un paso más cerca del lanzamiento

Si a las personas les gustó tu prototipo, ¡genial!

Ahora es momento de mejorar tu producto antes de compartirlo con el público.

Pero antes del gran lanzamiento, tu equipo debe considerar algunos puntos clave:

1. ¿Hubo problemas?

Revisa si los usuarios tuvieron dificultades para hacer ciertas cosas con el producto.

Detectar y corregir esos problemas es clave para asegurarte de que cualquiera pueda usarlo sin complicaciones.

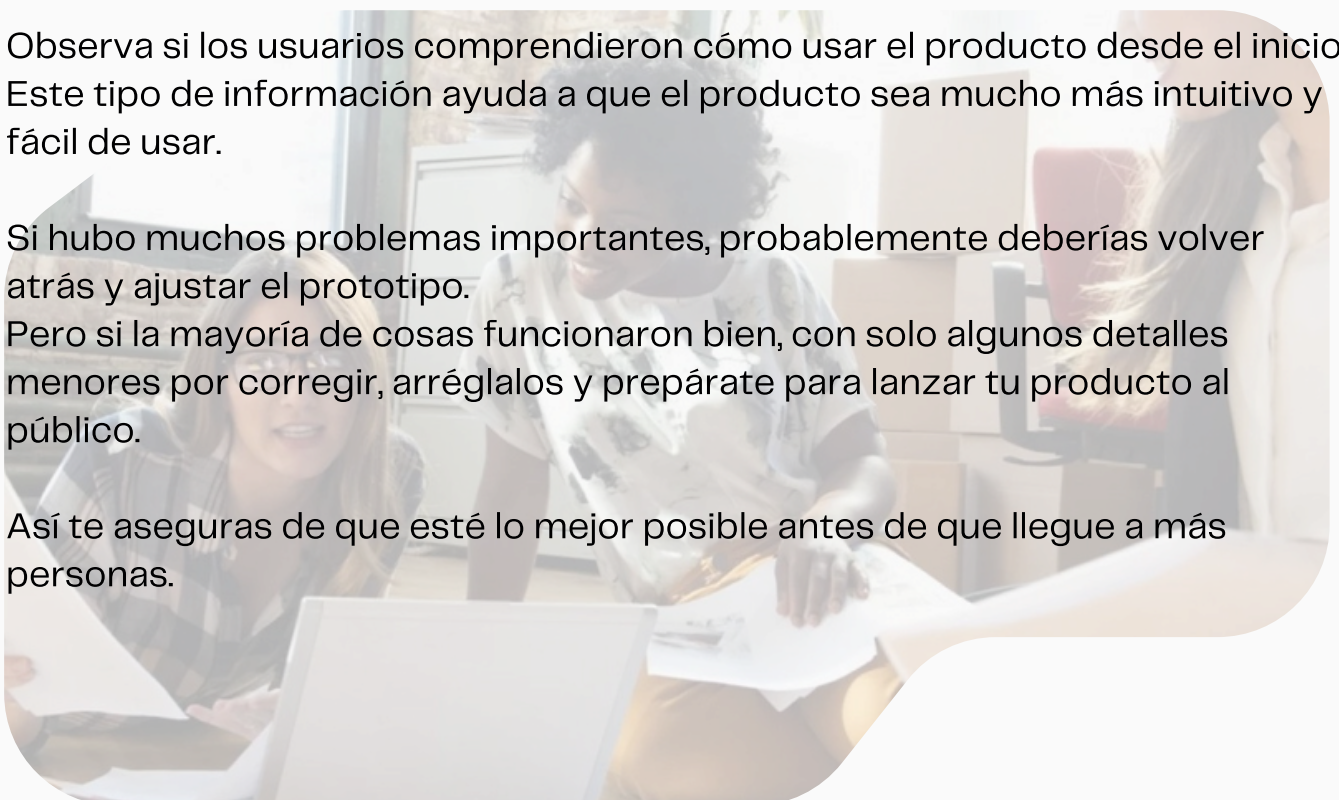
2. ¿Lo entendieron rápidamente?

Observa si los usuarios comprendieron cómo usar el producto desde el inicio. Este tipo de información ayuda a que el producto sea mucho más intuitivo y fácil de usar.

Si hubo muchos problemas importantes, probablemente deberías volver atrás y ajustar el prototipo.

Pero si la mayoría de cosas funcionaron bien, con solo algunos detalles menores por corregir, arrégloslos y prepárate para lanzar tu producto al público.

Así te aseguras de que esté lo mejor posible antes de que llegue a más personas.



¡Es el día del lanzamiento!

¿Y ahora qué sigue?

El día del lanzamiento ha llegado. Después de tanto trabajo, es momento de pensar en lo que viene después:

1. Recuerda el feedback

Recuerda lo que a los usuarios les gustó y lo que fue confuso o difícil durante las pruebas.

2. Cuenta la historia de tu producto

Comparte con los usuarios de qué trata tu producto, cuáles son sus puntos fuertes y por qué les debería importar.

3. Ayuda a los usuarios en el camino

Está disponible para ayudar a quienes tengan preguntas o problemas.

4. Revisa cómo van las cosas

Monitorea el desempeño del producto. Soluciona cualquier inconveniente rápidamente.

5. Prepárate para más usuarios

Asegúrate de que tu sistema pueda soportar un mayor volumen de usuarios.

6. Aprende del lanzamiento

Analiza lo que funcionó y lo que puede mejorarse en futuras versiones.

7. Mejora tu producto

Sigue perfeccionándolo con base en el feedback recibido. Las actualizaciones constantes lo mantienen relevante.

8. Mantén viva la conversación

Sigue hablando sobre tu producto incluso después del lanzamiento.

9. Construye una comunidad de fans

Crea una comunidad alrededor del producto. Conecta con ellos en redes sociales.

10. Aprende para la próxima vez

Reflexiona sobre lo que funcionó y lo que no. Cada lanzamiento es una oportunidad para mejorar.

Conclusión:

El lanzamiento es un momento importante, pero solo es el comienzo.

Sigue mejorando tu producto y haz que la experiencia para los usuarios siga siendo emocionante.



¡Felicidades! Estás listo para tu próxima gran idea

Tus clientes pueden valorar tu producto por un tiempo, pero todo cambia. Las necesidades del cliente evolucionan con **nuevas tecnologías, nuevos competidores y nuevos estilos de vida**. Esta evolución influye en lo que los clientes quieren.

Mantente a la vanguardia explorando continuamente nuevas posibilidades. Revisar este proceso de forma regular te asegura adaptarte a los cambios y **mantenerte un paso adelante**.

HILO VIVO
CONSULTING