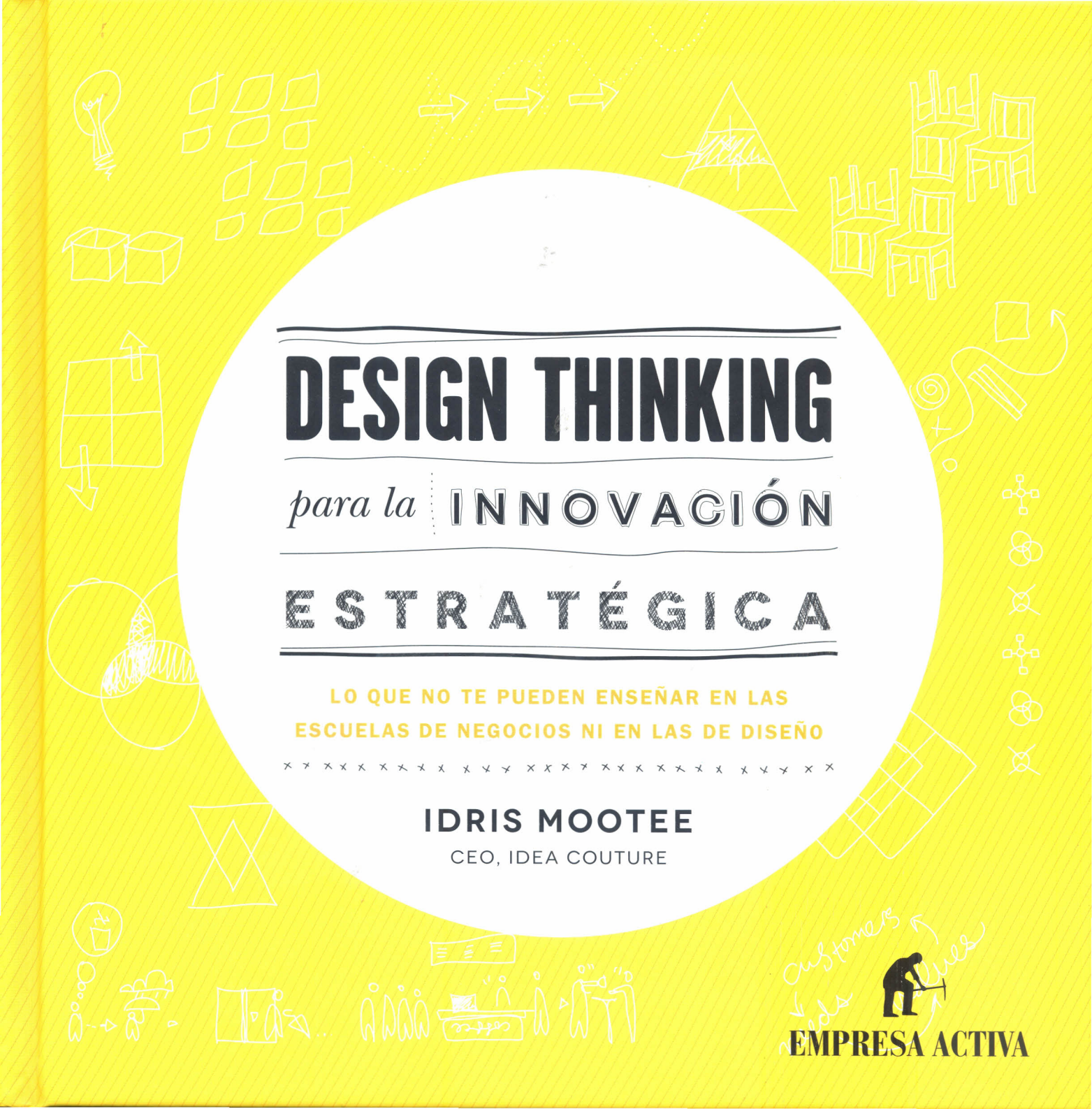




# DESIGN THINKING

*para la* INNOVACIÓN

# ESTRATÉGICA

LO QUE NO TE PUEDEN ENSEÑAR EN LAS  
ESCUELAS DE NEGOCIOS NI EN LAS DE DISEÑO

x x x x x x x x x x x x x x x x x x x x x x

IDRIS MOOTEE

CEO, IDEA COUTURE

customers  
needs  
EMPRESA ACTIVA

---

# ÍNDICE

---

|                                                                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Agradecimientos</b>                                                                                        | <b>ix</b>  |
| <b>Prefacio Erik Roth</b>                                                                                     | <b>x</b>   |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>ESCENA 1 Los negocios ya no son lo que eran</b>                                                            | <b>xii</b> |
| El efecto mariposa y la planificación a largo plazo                                                           | 12         |
| El Design Thinking aplicado es innovación estratégica                                                         | 16         |
| Es hora de dejar de pensar en “modo crisis”                                                                   | 18         |
| Cambiar los paradigmas de la gestión                                                                          | 22         |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>ESCENA 2 ¿Qué es el Design Thinking realmente?</b>                                                         | <b>26</b>  |
| El Design Thinking, ¿es ciencia o arte?                                                                       | 34         |
| El Design Thinking se ha simplificado en exceso                                                               | 38         |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>ESCENA 3 El Design Thinking aplicado en los negocios y estrategias</b>                                     | <b>46</b>  |
| Design Thinking al rescate                                                                                    | 56         |
| Hemos perdido el contacto con lo que nos rodea                                                                | 58         |
| Todo futuro líder necesita ser un buen Design Thinker                                                         | 60         |
| Los 10 principios del Design Thinking que redefinen la administración empresarial                             | 62         |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>ESCENA 4 Presentando el máster en Design Thinking</b>                                                      | <b>76</b>  |
| <i>Reto de negocio 1: El crecimiento</i>                                                                      | 82         |
| <i>Reto de negocio 2: La predictibilidad</i>                                                                  | 94         |
| <i>Reto de negocio 3: El cambio</i>                                                                           | 108        |
| <i>Reto de negocio 4: Conservar la relevancia</i>                                                             | 118        |
| <i>Reto de negocio 5: La competencia extrema</i>                                                              | 126        |
| <i>Reto de negocio 6: La estandarización</i>                                                                  | 136        |
| <i>Reto de negocio 7: La cultura creativa</i>                                                                 | 148        |
| <i>Reto de negocio 8: La estrategia y la organización</i>                                                     | 156        |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>ESCENA 5 No basta con contratar a Design Thinkers; hay que crear empresas que vivan el Design Thinking</b> | <b>188</b> |
| <br>                                                                                                          |            |
| <b>Acerca del autor</b>                                                                                       | <b>203</b> |
| <b>Créditos de las fotografías</b>                                                                            | <b>204</b> |
| <b>Índice temático</b>                                                                                        | <b>205</b> |