



Lección No 1.4

La mentalidad del Pensador de Diseño (Mindset)

Hagamos una pausa en la secuencia de pasos del Design Thinking y exploremos lo que es o debería ser la mentalidad de un Pensador de Diseño (Design Thinker)

El Design Thinking trata acerca de las personas, no de procesos o preguntas, y más aun de nuestro propio mindset (mentalidad) pues la innovación nace del interior no del exterior.

La oportunidad para innovar está ahí, solo hay que descubrirla y nuestra mente debe estar preparada para verlas.

Grandes empresas han crecido, no por una gran visión o estrategia o porque descubrieron un innovador producto, sino que fueron acciones generadas por los líderes que se convirtieron en catalizadores, con los recursos existentes y muchas veces a pesar de las propias organizaciones y no gracias a ellas.

Para las organizaciones y los propios gerentes el primer obstáculo a vencer en el Design Thinking es la mentalidad. Regularmente las altas direcciones valoran sobre todo la ejecución y resultados positivos inmediatos y la exploración no es bien vista. La exploración es alta en variancia y como diría la gestión de la calidad: La variabilidad es la madre del desperdicio, pero paradójicamente es también la madre de la innovación.

Los gerentes innovadores saben que solo 2 de 10 proyectos serán exitosos. La clave está en tener el éxito o fracaso de la manera más rápida y barata posible.

Algunas empresas tienen de meta 10 de 10 proyectos ganadores y buscan innovación, sin darse cuenta de que lo que están haciendo es ahogarla.

Desalientan tomar riesgos y fuerzan a tomar riesgos innecesarios.

¿Porque es tan difíciles para las empresas Innovar? Porque la mentalidad que se tiene dice:



- 1- Solo las “Grandes” ideas son bellas: Esto descarta muchas oportunidades antes de evaluar si eran factibles o no. Empezar con lo poco y menos impactante es lo ideal, pero estas pueden ser menos atractivas.
- 2- Obsesión por el Análisis, validar y justificar la inversión de recursos. Esto funciona si hay estabilidad, el problema es que estamos en Incertidumbre, usamos datos que vienen del pasado y está bien usarlos, pero debemos saber cuándo estos divergen de la realidad del futuro.
- 3- Controlar lo que ya existe es muy diferente a Innovar y las mentalidades son igualmente diferentes.
- 4- No da cuenta de las siguientes realidades:
 - a. Si una oportunidad es grande y obvia , lo mas probable es que alguien ya lo vio.
 - b. El ser humano es malo en tener visión de cosas que aún no existen.
 - c. Si solo se insiste en “home runs” se tendrá poca oportunidad de lograr “sencillos” y de “home runs”.
 - d. Cuando la relación de recursos invertidos va más allá del conocimiento que se posee, malas cosas sucederán.

Así que si queremos ganar en innovación nuestra mentalidad debe estar preparada para lograrlo.

Como funciona la mente

Ver el funcionamiento de las personas donde predomina el lado izquierdo del cerebro son creativas y las del lado derecho son las operativas es muy simplificado y la mente es mucho más compleja y en realidad las dos partes coexisten y deben trabajar juntas.



Debemos formar una mentalidad de aprendizaje: Cada situación es una oportunidad de aprender, pero para otros es una oportunidad para fallar.

También es importante una experiencia diversificada, si estamos acostumbrados a trabajar en nuestro nicho, no tenemos opciones de repertorio y este elemento es un muy importante facilitador de la innovación.

Un buen gerente puede ser visto como alguien que trabaja con datos de los clientes, el lo llamaría ser objetivos, se enfoca en pocas ideas, pero muy claras, con poca incertidumbre haciendo inversiones calculadas y si lo logrará tendrá un progreso consistente y estable, así que repite este proceso y logra nivel de experto. Pero cuando el escenario cambia a algo que se desconoce este gerente se ve en desventaja porque no está acostumbrado a manejar incertidumbre. En estos casos el gerente que estará en mejor condición para innovar es aquel que no teme a la incertidumbre, trabaja sobre muchas ideas pero que las prueba y aprende de ellas rápidamente y acepta nuevas experiencias que no lo hace experto, pero logra un alto repertorio de diferentes situaciones.

La gran paradoja es que si queremos cambiar a alguien a ser creativo debemos darle rígida estructura. Aquí debemos usar la estructura de las 4 preguntas.

1.- Evalué su repertorio

Liste las últimas 2 o 3 experiencias que le han dado nuevas perspectivas o habilidades, que aprendió de ellas en que rubro fue y que tipo de rol tenía.

2.- Expanda su repertorio

Evite el pensamiento que debe ser el mejor en todo lo que hace o donde Ud. Tiene expertise, busque los retos. Trabaje en algo que Ud. No es experto y en un rubro desconocido.

3.- Evalúe su mentalidad

a) Cuanto tiempo le dedica a evitar errores

b) presenta ideas hasta que estas están muy bien planteada



c) Cuando se encuentra con datos diferentes a lo esperado, lo primero es revisar sus calculo o trata de entender la diferencia.

4.- Amplie su mente

a) Aparte parte de su dika para reflexionar sobre lo que sucedió y que aprende de él.

b) Cuanto teme al fracaso a cometer errores

c) Al menos una vez a la semana prueba algo nuevo que va más allá de sus capacidades.

d) Hace más preguntas que dar respuestas

Una mentalidad de innovación se mejora si hay:

Mentalidad de aprendizaje, amplio reportorio, empatía con el cliente.

Participe en el **Taller de Evaluación de Competencias de un Pensador de Diseño** y elabore su plan de acción al respecto para su desarrollo.

RESUMEN

Es necesario autoevaluarse en las competencias de un Pensador de Diseño y emprender acciones para ir desarrollándolas y mejorándolas.