

GIDA

G-HCD GIDA
BERRIKUNTZA
DISEINUAREN BITARTEZ

DBZ-MU

Diseinu Berrikuntza Zentroa [DBZ]

Mondragon Unibertsitateko Goi Eskola Politeknikoa

Loramendi, 4
20500 Arrasate-Mondragón / Gipuzkoa / España
T +34 943 794700
info.mgep@mondragon.edu
dbz.mondragon.edu

DBZ Mondragon Goi Eskola Politeknikoa, 2019



G-HCD gida erakunde hauen elkarlanarekin
garatu da:



Gipuzkoako enpresa ehunaren lehiakortasuna indartzeko,
jasangarritasuna eta lankidetzaren sustatzeko programaren
laguntzarekin .

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Ekonomia Sustapeneko,
Landa Ingurune eta
Lurralde Oreka Departamentua



Diputación Foral
de Gipuzkoa
Departamento de Promoción
Económica, Medio Rural
y Equilibrio Territorial

Erronka

*pertsonetan zentratutako diseinuan
oinarritutako berrikuntzaren bitartez
enpresa indartzea.*

Formula

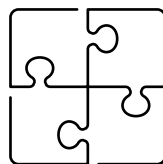
*gakoa da diziplina desberdinen diseinuaren
gaineko ezagutzak estrategia, berrikuntza
eta garapenen barne prozesuetan txertatzea,
enpresaren profilerara egokituz.*

Lau bektoreak.



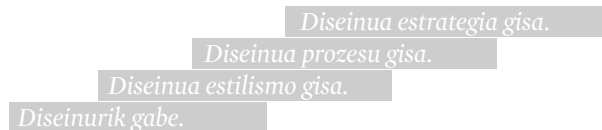
Berrikuntza mota

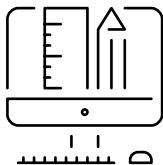
Urte askotan, enpresek berrikuntza teknologikoarekin lotu izan dute berrikuntza, baina, badago inguruko ETE gehienentzat askoz bideragarriagoa den beste berrikuntza bat, berrikuntza ez teknologikoa, alegia. Aurkezten ditugun hamar berrikuntza motek berrikuntza teknologikotik haratago aukera berriak identifikatzeko modu bat eskaintzen dute.



Diseinuaren integrazio maila

Diseinuaren eskailerak hausnarketa eredu bat proposatzen du, zeinarekin identifikatu dezakegun zenbateraino integratuta dagoen diseinua enpresan. Behin enpresan diseinu prozesuak eta *design thinking*-a erabat integratuta, diseinuaren potentziala garatu ahal izango dugu maila estrategikoenean.





*Diseinuko **diziplinak***

Diseinuari buruz hitz egiten denean ohikoa da produktuen diseinuarekin lotzea, baina hori diseinua osatzen duten diziplina ugarietako bat besterik ez da. Dokumentu honetan definitu diren diziplinak honako hauek dira: komunikazioaren diseinua, produktuen diseinua, diseinu inklusiboa, diseinu jasangarria, interakzioko diseinua, zerbitzuen diseinua, esperientzien diseinua eta diseinu estrategikoa.



*DBZ diseinuaren **metodologia***

DBZ-MU metodologia *Design Thinking*-ean oinarritzen da berrikuntza proiektuak garatzeko, prozesuaren 6 etapetan erabiltzaileen ezagutza aprobetxatuz. Prozesu osoan zehar, pertsonentzat [bezeroa/erabiltzailea] balioa duten, teknologikoki egingarriak diren eta enpresaren ikuspuntutik bideragarriak diren emaitzak bilatzen ditu.

Metodologia.



G-HCD metodologia aurretik deskribatutako lau ardatzetan oinarritzen da. Honen helburua enpresei gida bat eskaintzea da, berrikuntza ahalbidetuko duena, estrategia, berrikuntza eta garapenaren barne prozesuetan diseinua ezartzearen bitartez.

Enpresa batek aurre egin nahi duen edozein prozesuren aurrean, garrantzitsua da honako hausnarketa egitea:

Berrikuntzaren diagnostikoa

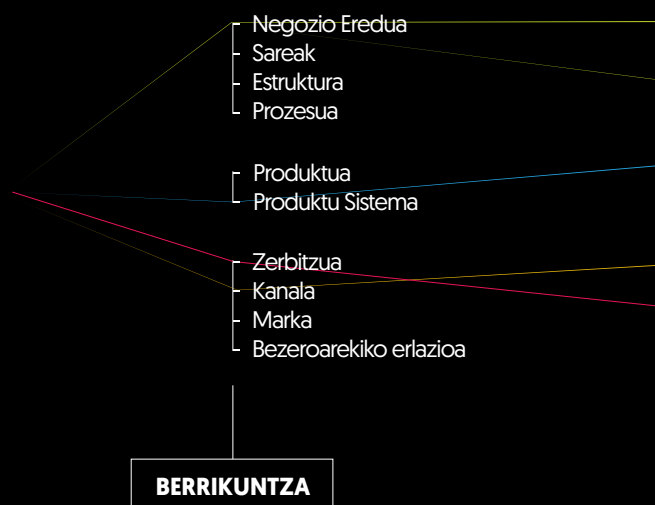
Egungo egoera vs egoera potentziala

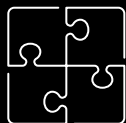
Diseinua sartzeko estrategia

Diseinuaren integrazio maila enpresan

Diseinuaren diziplinak

DBZ berrikuntza metodologia





Hamar berrikuntza motak.



Ohiko da berrikuntza eta berrikuntza teknologikoa parekatzea, baina berrikuntza teknologikotik haratago doan zerbait da berrikuntza, eta enpresa bateko hainbat alderditan gerta daiteke. Gure metodologian arabera, **berrikuntza** hiru kategoriatan gerta daiteke, eta guztira hamar tipologia deskribatzen dira.

Hiru kategoria: Egitura, Balio proposamena eta Esperientzia.

Egiturari

dagokionez

Lehenengo kategoria egiturarena da. Kategoria honetan, enpresaren barne funtzionamenduan eta negozio sisteman gertatzen dira nagusiki berrikuntzak:

Berrikuntza Negozio Ereduan. Dirua irabazteko moduan zentratzen da.

Berrikuntza Sareetan. Balioa sortzeko besteekin konektatzeko moduan oinarritzen da.

Berrikuntza Antolaketako Egituran. Enpresaren talentua eta aktiboak antolatzeko eta lerrokatzeko modua da funtsean.

Berrikuntza Prozesuetan. Lana egiteko metodo aurreratuagoak erabiltzea da funtsean.

Erreferentzia bibliografikoak

<https://www.doblin.com/ten-types>

Keeley (2013). Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs book preview. Published on Apr 9, 2013

Balio proposamenari

dagokionez

Bigarren kategoria, hau da, balio proposamenarena, enpresaren produktu edota zerbitzu nagusian, edo katalogoan zentratzen da:

Berrikuntza Produktuan. Ezaugarri eta funtzionalitate bereizgarriak garatzeko moduan zentratzen da.

Berrikuntza Produktuen Sistematan. Produktu eta zerbitzu osagarriak sortzean datza.

Esperientziari

dagokionez

Azkenik, esperientziari lotutako berrikuntzak negozio sistemaren barruan bezeroei zuzendutako elementu guztietan zentratzen dira:

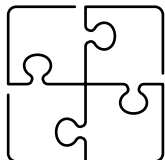
Berrikuntza Zerbitzuan. Zerbitzuaren bitartez eskaintzaren balioa nola indartu eta osatu bilatzen du nagusiki.

Berrikuntza Kanalean. Enpresaren eskaintzak bezero eta erabiltzaileei helarazteko modua da funtsean.

Berrikuntza Markan. Eskaintzak eta negozioa irudikatze moduan zentratzen da.

Berrikuntza Bezeroarekiko Erlazioan. Bezeroekin interakzio sendoak sustatzean oinarritzen da.

Diseinuaren integrazio maila.



Gutxi dira diseinuak eskaintzen duen potentzial guztia ezagutzen duten enpresak. Gure inguruan, ikuskera eta bisio oker eta murriztaileak dira nagusi diseinuaren inguruan. Diseinua diziplina artistikotzat jotzen da, produktu industrialari edo enpresaren irudi korporatiboari estetika eta estiloa ezartzea helburu bakarra duen diziplina artistikotzat. Pentsaera horrek, sarritan, diseinua beste departamentu batzuen mende egotea ekartzen du, esate baterako, marketin edo ingeniartzaren mende. Horretaz gain, diseinu taldea proiektuaren estrategia jada definituta dagoela txertatzeak ere badakar, diseinuak duen ikuspuntu estrategikoa eta sormenerako gaitasuna galtzea.

Diseinua bere jarduera eta aplikazio eremuak zabaltzen ari da, eta prozesu baten amaieran balioa gehitzeko tresna huts bat izatetik prozesu beraren funtsezko pieza izatera pasatu da.

Diseinuaren eskailerak hausnarketa eredu bat proposatzendu, zeinarekin identifikatu dezakegun zenbateraino integratuta dagoen diseinua enpresan. Behin enpresan diseinu prozesuak eta *design thinking*-a erabat integratuta, diseinuaren potentziala maila estrategikoenean garatu ahal izango dugu.

Erreferentzia bibliografikoak

[Doherty & Wrigley & Matthews & Bucolo, 2015]

Diseinua estrategia gisa.

Diseinua prozesu gisa.

Diseinua estilismo gisa.

Diseinurik gabe.

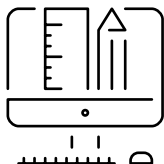
Diseinua Estrategia gisa. Enpresaren etorkizuna modelatzen duen indar estrategikoetako bat da diseinua.

Diseinua Prozesu gisa. Enpresaren helburuak lortzeko garapen faseko hasierako etapa batean sartzen da diseinua.

Diseinua estilismo gisa. Prozesuaren amaierako gehigarri formal gisa baino ez da erabiltzen diseinua.

Diseinurik gabe. Erabiltzailearen eta diseinuaren perspektibek zeregin txikia dute prozesuan, edo zeregin bat ere ez.

Diseinuaren diziplinak.



Diseinuari buruz hitz egiten denean ohikoa da produktuen diseinuaz ari garela pentsatzea, baina hori diseinua osatzen duten diziplina ugarietako bat besterik ez da. Diseinua diziplina anitzetan banatu genezake, baina metatutako ezagutzak hurrengo diziplinak bereiztera eramaten gaitu.

Komunikazioaren diseinua. Ikusizko komunikazioan zentratzen da, eta diseinuaren atal estetikoa lantzen du.

Produktuaren diseinua. Erabiltzaileari balioa ematen dioten produktu berrien garapenean zentratzen da.

Diseinu inklusiboa. Kontua da ahalik eta erabiltzaile gehienek beharrak eta gaitasunak kontuan hartuz diseinatzea. Eskuragarritasunetik haratago doa, hau behar bereziak dituzten pertsonen zuzenduta dagoelarik.

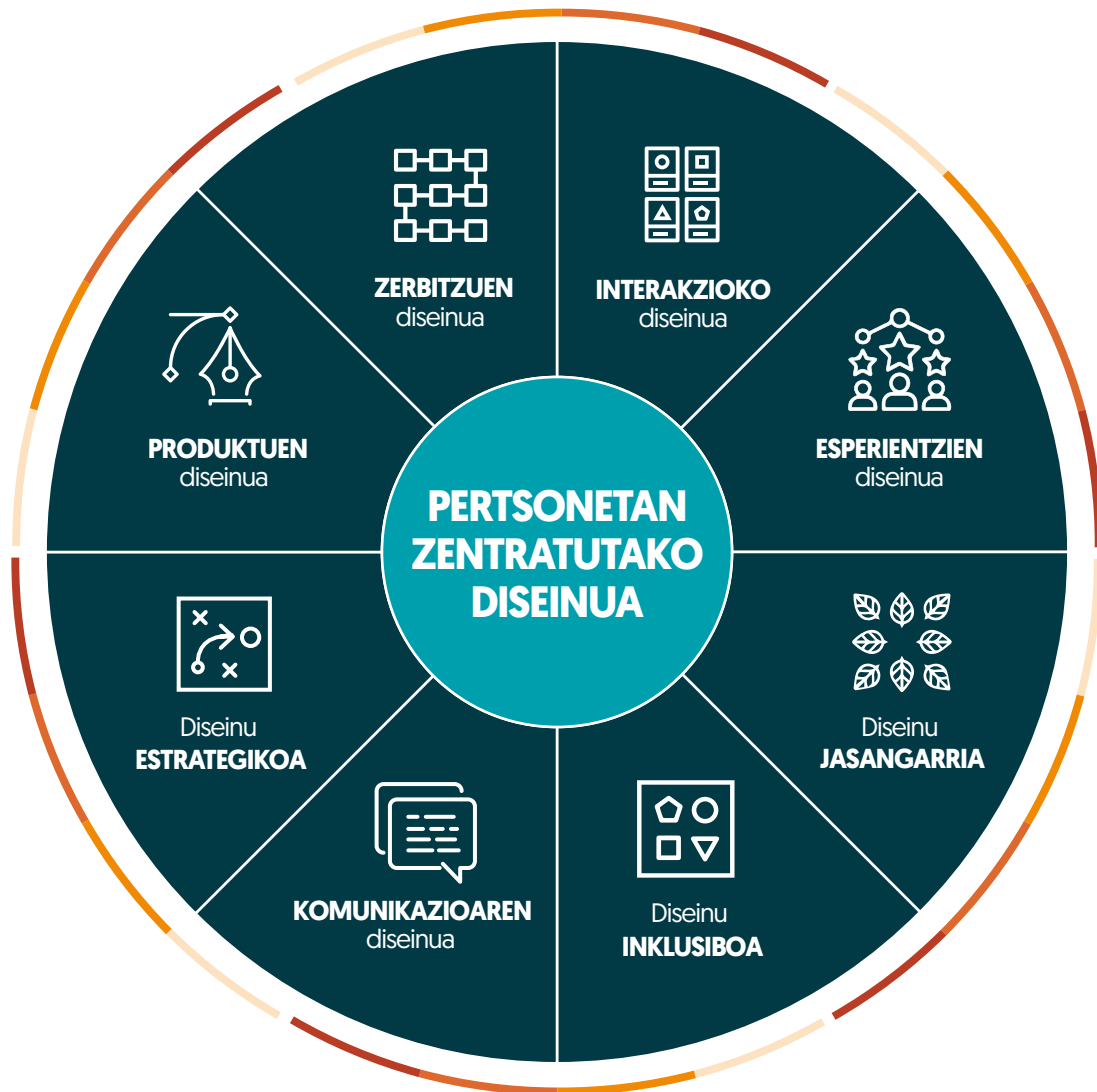
Diseinu jasangarria. Kontua da produktuak edo zerbitzuak jasangarritasun ekonomiko, sozial eta ekologikoaren printzipioen arabera diseinatzea.

Interakzioaren diseinua. Ingurune digitaletan egitura eta sistema interaktiboek portaera definitzean datza.

Zerbitzuen diseinua. Kontua da zerbitzuak bezeroaren ikuspuntutik diseinatzea.

Esperientzien diseinua. Markan oinarrituta bezero baten esperientzia diseinatzean datza, esperientzia hau lortu nahi diren erantzunetara bideratuz.

Diseinu estrategikoa. Kontua da diseinuaren printzipioak etorkizunari begiratuta aplikatzea, enpresak berrikuntzak egiteko eta lehian aritzeko dituen gaitasunak areagotzeko.



DBZ metodologia.



DBZ-MU metodologia *Design Thinking*-ean oinarritzen da berrikuntza proiektuak garatzeko, prozesuaren 6 etapetan erabiltzaileen ezagutza aprobetxatuz.

Bilaketa Estrategikoarekin eta Esplorazioarekin hasten da. Horren helburua da produktu eta zerbitzuak sortzeko Aukera berriak identifikatzea, Diseinuak bereganatutako erremintak erabiliz eta erreminta horien ezaugarriak Diseinu Brief-ean zehaztuz. Fase horietan, oso ohikoa da behaketak egitea eta erabiltzaileei elkarrizketak egiten zaizkie maiz, Aukera horietarako bidea eman dezaketen arazoak, beharrianak edota ardurak topatzeko.

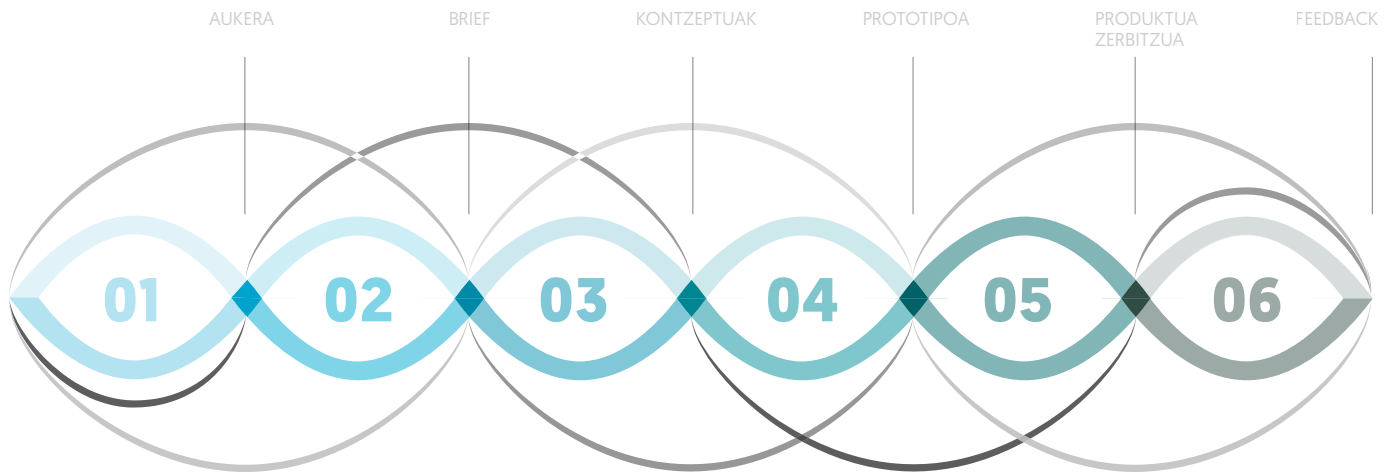
Erreferentzia bibliografikoak

Metodología innovación centrada en las personas DBZ

Hurrengo bi etapetan, hau da, Ideazioaren eta Garapenaren etapetan, soluzioak sortzea da xede nagusia. Horretarako, lehenik eta behin kontzeptuak sortzen dira eta, ondoren, hainbat prototipo probatu egiten dira kontzeptu horiek balioztatzeko. Erabiltzaileak berak soluzio berriak sortzeko eta prototipoak probatzeak lagundu egiten du ideia hobeak lortzen, eta erabakiak hartzeko unea errazten du.

Ondoren, produktuaren/zerbitzuaren ideia Inplementatzen da eta, azkenik, Merkaturatu egiten da. Behin produktua/ zerbitzua merkatuan egonda, merkatuko Feedbackari esker hobekuntzak egiteko informazioa lortzen da.

Dibergentzia eta konbergentzia prozesuak etapa bakoitzean errepikatzen dira, eta faseak euren artean gainjarri egiten dira. Prozesu osoan zehar, pertsonentzat [bezeroa/erabiltzailea] balioa duten, teknologikoki egingarriak eta enpresaren ikuspuntutik bideragarriak diren emaitzak bilatzen dira.



01

Bilaketa estrategikoa. Produktu eta zerbitzu berrietarako aukerak identifikatu, enpresaren barne eta kanpo analisisien bitartez.

02

Esplorazioa. Antzemandako aukeran oinarrituz, bezzeroaren beharrei erantzuteko produktuak/zerbitzuak izan behar dituen espezifikazioak definitu.

03

Ideazioa. Diseinuko Brief-ean zehaztutako espezifikazioak betetzen dituzten produktu/zerbitzu kontzeptu berriak sortu.

04

Garapena. Aukeraturiko produktu/zerbitzu kontzeptua zehaztasunez diseinatu eta garatu, prototipo funtzionala lortzeko.

05

Implementazioa. Prototipoen industrializazioa eta produktuaren/zerbitzuaren merkaturatze komertziala.

06

Merkaturatzea. Produktu/zerbitzu berria merkatuan sartu eta bultzatzea, eta bere errendimenduaren inguruko informazioa biltzea hobekuntzak identifikatzeko.

Ekintzak.



**Pertsonetan Zentratutako
Diseinua zure erakundean
berrikuntzaren motore gisa
txertatzen laguntzeko, sei
ekintza mota definitu ditugu
prozesu honetan gidatzeko.**



Short design sprint. Iraupen laburreko proiektuak dira (aste lekoak), non diseinatzaile juniorrek lan egiten duten. Enpresak erronka bat jartzen du martxan eta diseinatzaile juniorrek aste 1 ematen dute erronka hori lantzen, amaieran enpresei hainbat proposamen aurkezteko.



Long design sprint. Batez beste 2 hilabeteko iraupena duten proiektuak dira, non, diseinatzaile juniorrek lan egiten duten. Enpresak erronka bat jartzen du martxan eta diseinatzaile juniorrek 2 hilabete ematen dute erronkaren faseak lantzen, azkenean enpresei nolabaiteko garapen maila duten eta ondo justifikatuta dauden proposamenak aurkezteko.



Formazioa. Bezeroaren beharretara erabat egokitutako formazio saioak dira; beraz, saioen edukia, iraupena eta metodologia enpresa eskatzailearen menpe daude.



Diseinatzaile juniorrak sartzea. Aukera dago zure enpresan diseinatzaile junior bat sartzeko, urte baterako. Hainbat formatu dago horretarako: lanaldi partzialean sartu daiteke, edo lanaldi osoan.



Aholkularitza. Berrikuntza prozesuan norbaitek bideratzea eta laguntzea behar baduzu, aholkularitza zerbitzua eskaintzen dizugu. Zerbitzuak gutxienezko 6 hilabeteko iraupena dauka.



Ikerketa diseinuan. Zure enpresak diseinuaren edozein alderdi sakontasunean ikertu beharra badu eta bere egunerokoan hori egiterik ez badauka, 3 urtez dedikazio osoz horretan jardungo duen pertsona bat eskaintzen dizugu.

Bibliografía.

BAI Agencia de Innovación[2007]. Metodología para la gestión del diseño e innovación en producto-servicio. Ed.Bizkaiko Foru Aldundia Diputación Foral de Bizkaia, Bai Berrikuntza Agentzia / Agencia de Innovación.

Barry, D. [2017]. Design sweets, c-suites, and the Candy man factor. *Journal of marketing Management*, 33 [pp 305-311]

Barry D. & Meisiek S. [2010]. Seeing more and Seeing Differently: Sensemarking, Mindfulness, and the Workarts

Beckman, S. & Barry, M. [2007]. Innovation as a learning process: embedding Design Thinking. *California Management Review*, Volumen 50 Número 1 [pp 25-56]

Brown, T. [2008]. Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6) [pp 84-92]

DBZ-MU Diseinu Berrikuntza Zentroa. Mondragon Unibertitatea, [2014]. Metodología para la innovación centrada en las personas.

Doherty, R., Wrigley, C., Matthews, J. & Bucolo S., [2015] Climbing in the design ladder: Step by Step. *Revista D*. Volumen 7, Número 1 [pp 60-82]

Dorst, K. [2011]. The core of “design thinking” and its application. *Design Studies*. Volumen:32 Número 6 [pp 521-532]

Dorst, K. [2015]. Frame innovation: Create new Thinking by Design.

Gemser, G. & Perks, H. (2015). Co-creation with customers: An evolving Innovation research field. *Journal of Product Innovation Management*, 32 [pp 660-665]

Keeley, L., Pikkell R., Quinn B. & Walters, H. (2013). *Ten types of Innovation. The discipline of building breakthroughs.* United States of America: Wiley

Klenner, P., Hüsigg S. & Dowling, M. (2013). Ex-ante evaluation of disruptive susceptibility in established value networks - When are markets ready for disruptive innovation?. *Research Policy* 42 (4) [pp. 914-927]

Liedtka, J. (2018). *Why design Works.* Harvard Business Review. [September – October]

Sarasvathy S. (2008). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise.*

The European Design Leadership Board (2012). *Design For Growth & Prosperity.*



Goi Eskola
Politeknikoa



**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Ekonomia Sustapeneko,
Landa Ingurune eta
Lurralde Orekako Departamentua



**Diputación Foral
de Gipuzkoa**
Departamento de Promoción
Económica, Medio Rural
y Equilibrio Territorial

Diseinu Berrikuntza Zentroa DBZ - MU Mondragon Unibertsitatea
dbz.mondragon.edu