

e:

## Ekonomi

## PONERSE EN EL LUGAR DEL CLIENTE E INNOVAR

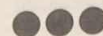
«Design thinking» es una metodología que permite innovar de forma fácil y barata. EmakumeEkin ha realizado unas sesiones para formar en su uso a sus asociadas. Junto a un taller práctico, ha traído el testimonio exitoso de tres empresarias holandesas.

**U**n viaje al revés. Traer la realidad de Ámsterdam a Bilbo, para conocer una nueva realidad con la mirada especial que da cambiar de entorno. Esa era la propuesta de las jornadas Innpower Ámsterdam-Bizkaia organizadas por la asociación EmakumeEkin junto con la Diputación de Bizkaia. El objetivo era acercar la metodología *design*

*thinking* –pensamiento de diseño– a las emprendedoras de Bizkaia para que incorporen la innovación en su día a día. En dos sesiones desarrolladas el pasado lunes y martes en BIC Ezkerraldea, cerca de 40 mujeres han conocido este proceso basado en las necesidades del cliente, trabajando tres ejes: la metodología, el empoderamiento y la innovación, así como su aplicación conociendo negocios liderados por mujeres referentes de la capital holandesa.

En la primera jornada, Miren Lauzirika, presidenta de la asociación y directora de la consultoría especializada en creatividad Art for Life, impartió un taller práctico sobre esa metodología que se basa en las personas. Consiste en ponerse en lugar del cliente, «imaginar su mapa emocional», detectar los puntos altos y bajos y diseñar soluciones que respondan a sus necesidades. «Es una forma barata, rápida y fácil de hacer prototipos, ver si es innovador, interesante, y solucionar problemas». Es decir, empleando poco dinero y recursos se puede probar la respuesta. No es algo definitivo, sino para aprender y cambiar. «Nos educan para atender las necesidades de los demás y nos queda poco tiempo para las propias, entre otras,

## REPORTAJE



Maitane  
ALDANONDO  
Bilbo

La presidenta de EmakumeEkin y responsable de la consultoría creativa Art for Life, Miren Lauzirika, guió el taller sobre «design thinking».  
Naroa FERNÁNDEZ |  
EMAKUMEKIN

la innovación. En consecuencia, se «competitividad», apunta la instructora.

Lauzirika centró el taller en la la venta, ya que por «carencias de género» emprendedoras no suelen identificar el rol comercial tradicional, sus varias formas de hacer.

## Ejemplos inspiradores

«Esta es una herramienta muy interesante para crear otros procesos de venta. Juntar con los clientes y buscar soluciones, el éxito es muy sencillo, es fácil si el cliente lo quiera». Precisamente, EmakumeEkin quiere emplear lo aprendido en el taller. «A vender de forma diferente, trabajando con el cliente, teniendo en cuenta el recorrido desde que se da cuenta de la necesidad o el deseo». Diseñadora de producto y coach, se dedica a la innovación facilitando espacios creativos, pero también emplea *design thinking*; si no, esta vez prefirió ser usuaria. «Se centró en el diseño de producto o servicio, sabía que Miren le iba a dar un giro. Siempre lo lleva al enfoque de género».

A Amaia Ocerin, experta en estrategia comunicativa y marketing de proyección en la industria creativa, le sorprendió la aplicabilidad de la técnica en su negocio. Le ha gustado emplear *design thinking*, convertirlo en un valor añadido a su negocio, aunque se ha dado cuenta que «intuitivamente lo he empleado en muchos proyectos. Ahora sé los pasos».

La segunda sesión se centró en el testimonio de las tres emprendedoras holandesas. Femke Deckers lo utiliza para resolver problemas del entorno empresarial, cuando la aportación llega del plano personal. «Una operación de columna le pasó a un cliente como un servicio a diseñar», recuerda Zabalzo, expresidenta de EmakumeEkin. Ayudándose de esa metodología *design thinking* hizo un trabajo de introspección que le enfrentó a los obstáculos de su negocio y abrió oportunidades.

La ingeniera de sistemas eucaliptada para Pinos Cisneros decidió aplicar *design thinking* a nuevas áreas. Colaboró con universidades holandesas en la innovación sobre el uso de juguetes smart para la rehabilitación de menores con parálisis cerebral. El objetivo es que los ejercicios repetitivos les resulten más cómodos y amenos, se sientan motivados.

Jannet Vaessen, directora de innovación sin ánimo de lucro Women's Business, trabaja para poner los temas de la agenda de los Países Bajos, fue invitada a intervenir. De su mano han llegado unas impactantes, la última centésima de la vida. *Treat me like a lady* pone énfasis en los síntomas y enfermedades de las mujeres son distintos, para que los emprendedores investiguen atendiendo la diferencia.

Las tres «tienen conciencia de género en su empresa, su trabajo, tiene que servir a la sociedad, la comunidad, el planeta». Es verdadera innovación «no por mí», destaca Zabalzo.

