

01

# EL VALOR DEL DISEÑO

imasD

COOL  
MAG

## **Bienvenidos a The Cool Magazine,**

una revista creada por imasD para **compartir conocimiento** que inspire a las personas y potencie su capacidad de crear y conectar ideas.

The Cool Magazine en su primera edición da una mirada profunda **acerca del valor del diseño en las empresas** y cómo desde diferentes acciones se construye un engranaje que evidencia su importancia en cualquier industria.

Parte de nuestro propósito en estos 15 años de experiencia, es que las personas puedan acceder fácilmente a información que **nutra cerebros y nos ayude a ir más allá los límites.**

**¡Léela, rójala, coleccionala!  
Haz lo que quieras.**

¿Qué contenido quisieras leer?  
Escríbenos a [hola@grupoimasd.com](mailto:hola@grupoimasd.com)  
o Instagram [@grupoimasd](https://www.instagram.com/grupoimasd).

A graphic of a target with three concentric circles in shades of blue and yellow. Two arrows are shown: one pointing towards the center from the top-left, and another pointing towards the center from the right.

## EL VALOR DEL **DISEÑO** EN LAS EMPRESAS

El diseño es un gran facilitador para la construcción de valor y se ha convertido en un protagonista estratégico dentro de las organizaciones. No solo permite transformar productos y servicios, sino sociedades e incluso las personas mismas.

Es la herramienta que nos permite crear sistemas de medición y modelos rentables para los negocios, gracias a la velocidad para crear productos y salir al mercado, niveles de percepción de marca, apertura de nuevos mercados, reducción de costos, inclusión de nuevos aprendizajes, personas impactadas en el proceso, entre otros.

---

## “El diseño es completamente humano”

---

Desde **imasD** vivimos el diseño con sentido común desde la escucha, la empatía y el acercamiento. Estamos convencidos en la necesidad de actuar con coherencia, cooperar y construir con el ejemplo. Vivir el proceso como si fuera una aventura, arriesgarnos, adaptarnos y nunca dejar de ser curiosos. El diseño es completamente humano, lo cual hace que se pueda entender de manera sencilla y esté al alcance de todos.

En esta primera edición queremos compartir diferentes puntos de vista, herramientas y aplicaciones del diseño como generador de valor en las empresas, lo que representa para nosotros como personas, como compañía y como marcas.

**¡El diseño es un gran negocio!**

*Daniel Moreno - Estratega Grupo ImasD.*



# ¿CÓMO SE VIVE EL DISEÑO EN LAS EMPRESAS?

Hoy las empresas han comenzado a priorizar el diseño y a entender que tener estas capacidades dentro de su **know how** es cada vez más importante. Este infográfico muestra 6 acciones que están haciendo las organizaciones y los resultados que obtienen al incluir el diseño en sus procesos.

## LIDERAZGO CREATIVO

Tener líderes que transmitan el poder del diseño dentro de la organización e incluirlo como base de la estrategia de la empresa.

## TALENTO MULTIFUNCIONAL

Conformar equipos multidisciplinarios e impulsar la colaboración entre las partes para el desarrollo de habilidades blandas.

## ENTENDIMIENTO DEL USUARIO

Interactuar con el usuario y conocer sus motivaciones, necesidades y dolores, para diseñar pensando en él y no en nosotros.

## INTERACCIÓN CONTINUA

Prototipar las ideas y hacer validaciones con los consumidores para encontrar oportunidades de mejora en etapas tempranas.

## CREATIVIDAD COMO PROCESO

Entender que la creatividad no es un golpe de suerte, es un proceso continuo, controlable y optimizable, del que todos podemos hacer parte.

## TRANSFORMACIÓN COMPLETA

No basta con crear un área de diseño o transformarla, una empresa es un sistema y la transformación debe ser transversal.



## MEJORA LA RENTABILIDAD

Se Alcanzan soluciones tangibles e innovadoras con un real valor agregado.

## DESARROLLA NUEVAS CAPACIDADES

Equipos más creativos, ágiles, eficientes, flexibles y con visión de futuro, para transformar la sociedad a través del diseño.

## DISMINUYE LA INCERTIDUMBRE

Entender al usuario genera oportunidades reales para el negocio y traza un camino más claro para el futuro de la marca.

## MITIGA LOS RIESGOS

Identifica fallas y oportunidades de mejora de manera ágil, reduciendo los riesgos y gastos innecesarios.

## LLEGAR MÁS LEJOS

Pasar de buscar soluciones a los problemas a buscar los problemas y diseñar las soluciones ideales.

## LOGRAR QUE SE HAGA

El diseño estratégico y el pensamiento de diseño se convierte en parte del ADN de la empresa.



## MARCELA VELÁSQUEZ

Líder de diseño de experiencia en Bancolombia.

Apasionada por la estrategia de diseño y su aplicación en contextos empresariales. Con experiencia en procesos para facilitar la solución creativa de problemas complejos. Le gusta combinar la profundidad con el pragmatismo, la academia con la práctica enfocado en metodologías de diseño centradas en el usuario y en el planeta, pensamiento de diseño, diseño de experiencia y diseño de sistemas.

## 01

### ¿Cómo se vive el diseño al interior de Bancolombia y cómo hacen tangible su valor?

En Bancolombia, hace poco consolidamos el Plan Maestro de Diseño, en el cuál definimos 3 pilares fundamentales:

**Personas**, incluye los diseñadores y no diseñadores de las diferentes áreas del banco. Junto con el área de Formas de Trabajo, inyectamos a todos el conocimiento en diseño que sea necesario, para democratizar esta habilidad y hacerla transversal a todas las áreas.

**Prácticas**, son las metodologías y herramientas que usamos. Aquí tenemos definida una práctica que llamamos el Marco de Diseño Ágil y enfocamos todas las metodologías de diseño centradas en las personas al agilismo. Una herramienta muy táctica que usamos para esto es el Mapa de Experiencia. De esta manera, con el diseño articulamos todos los momentos del proceso, desde la identificación y entendimiento del problema, pasando por la solución hasta el ciclo de uso de la solución.

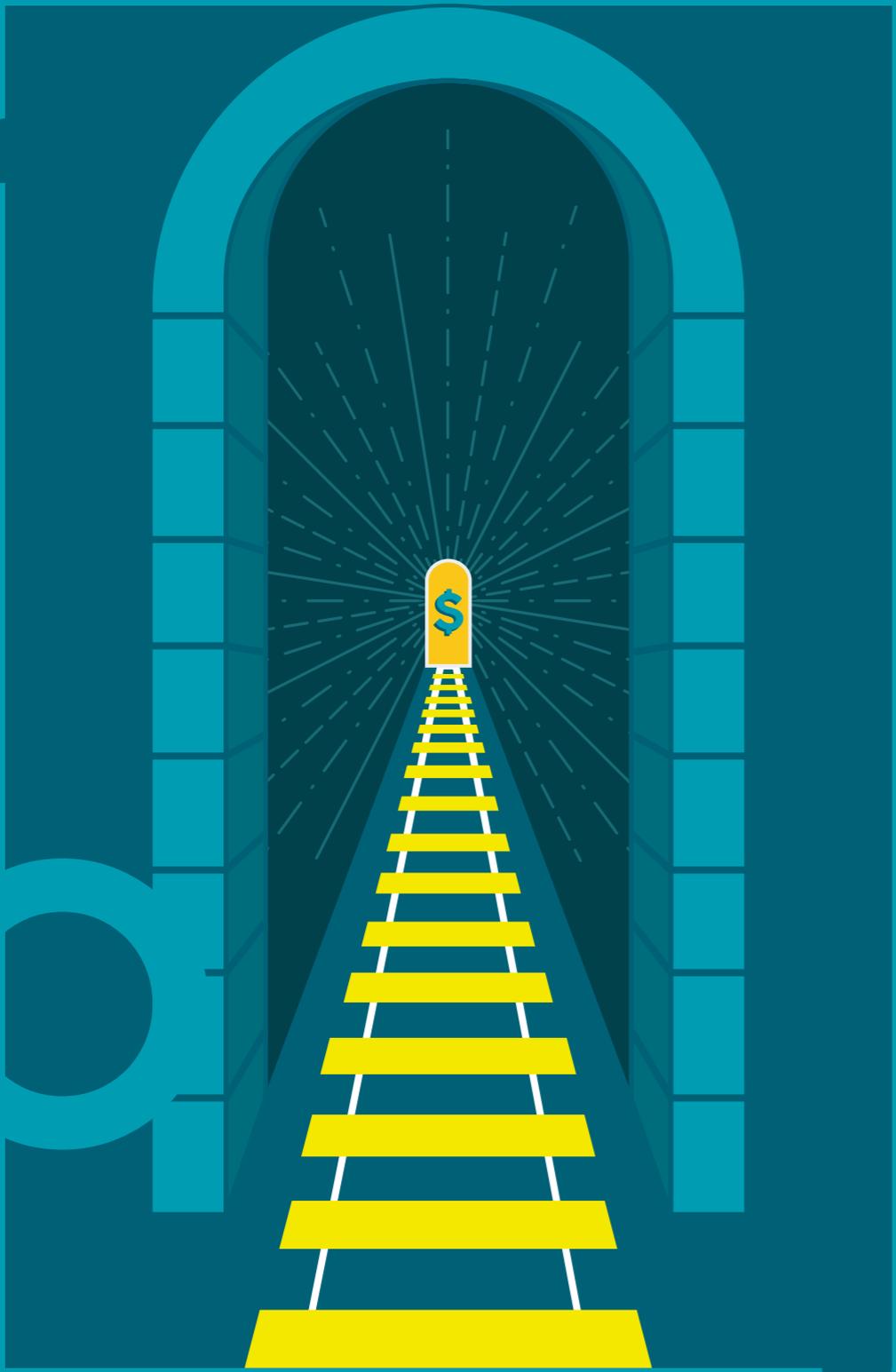
**Lugares**, son los espacios físicos y digitales que utilizamos para incentivar y llevar a cabo los otros dos pilares.



### “Lo que no se mide no se puede mejorar”

De la mano de este plan, definimos entonces qué es valor para la empresa y dividimos estas acciones en 3 dimensiones: a nivel interno, a nivel de negocio y a nivel de los clientes.

En cada nivel tenemos indicadores estratégicos y financieros que nos permiten hacer tangible el valor, como la lealtad, la reputación, fidelización, etc. Esto es muy importante, pues lo que no se mide no se puede mejorar y debe ser algo constante en el tiempo.



## 02

### ¿Cómo incluyen el pensamiento creativo y de diseño en la cultura organizacional?

Uno de los retos más grandes es comunicar el diseño a todas las áreas, porque el diseño no debería ser exclusivo de un área solamente. El pensamiento de diseño debería ser una habilidad transversal a toda la organización y asimismo que haga parte del lenguaje o traducción de la marca hacia los clientes.

**“Si un líder de una organización cree en el valor del diseño, el resto de la organización lo sigue”**

Para esto es muy importante dos cosas: traer gente muy talentosa a la organización, expertos en la disciplina de diseño y que lideren este proceso, y democratizar el pensamiento de diseño, para que no sea un esfuerzo de un momento sino que se movilice permanente para que haga parte de la cultura.

**“Nuestro comportamiento debe favorecer las experiencias del cliente en todos sus puntos de contacto”**

Si un líder de una organización cree en el valor del diseño, el resto de la organización lo sigue, y así se democratiza la habilidad para luego poder escalarla. Otra cosa que estamos construyendo es que al centrar a las personas en un marco de diseño ágil, también decretamos la manera en cómo actuamos todos.

Nuestro comportamiento debe favorecer las experiencias del cliente en todos sus puntos de contacto y la empatía con los empleados y proveedores. Para esto definimos unos atributos de cómo nos queremos comportar y bajo esos atributos hacemos eventos, charlas y formaciones para interiorizarlo.



## 03

### ¿Qué impacto ha tenido el diseño en Bancolombia?

**“El principal impacto que ha tenido el diseño es que ya es un tema estratégico”**

Desde hace 2 años que llevo en el Banco, el principal impacto que ha tenido el diseño es que ya es un tema estratégico. En Bancolombia se diseña estratégicamente desde el propósito hasta las actividades más tácticas que hacen parte de cada proyecto que hacemos. Diseñamos cómo es su articulación,

desde la tecnología, el negocio y las necesidades de los clientes.

Se ha aumentado el nivel de liderazgo del diseño y ahora es como un puente entre áreas, donde las capacidades y aptitudes de empatía, observación e influencia que tiene el diseñador, ya están cada vez más presentes en todas las áreas del Banco. Hemos organizado una comunidad de diseño visible que favorece y trae ideas para mejorar y alinear todos los esfuerzos al propósito general del Banco.

# ¿EN QUÉ NIVEL DE MADUREZ EN DISEÑO SE ENCUENTRA TU EMPRESA?

● ESTRATÉGICO ● TÁCTICO ● OPERACIONAL



## GESTIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO

El diseño **lidera la gestión** de la organización, no solo desde la asesoría sino tomando decisiones estratégicas, utilizando las habilidades, herramientas y experiencia del diseñador en la dirección de los equipos y la cultura interna.

## DISEÑO EMPRESARIAL

El diseño es un **componente estratégico** para la empresa, con el fin de crear una experiencia de usuario atractiva y evitar limitaciones organizacionales en el desempeño de ésta, logrando una mayor innovación y un impulso en la competitividad.

## DESIGN THINKING

En equipos multidisciplinarios se incluyen las diversas **metodologías de diseño** enfocadas en el hacer, la empatía, la iteración y el prototipado, con el fin de agregar valor al desempeño de los proyectos.

## DISEÑO DE SERVICIOS

Además del enfoque en el usuario, se tiene en cuenta el **propósito de la empresa**. Se utilizan herramientas como el Mapa de Stakeholders o Customer Journey para diseñar el servicio completo. El diseño pasa de ser operacional a táctico.

## DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

Se comienza a **incluir la perspectiva del usuario final** en el proceso, realizando una investigación más profunda a través de diversas metodologías para crear una mejor experiencia de usuario.

## DISEÑO

Más allá de algo estético se comienza a incluir el diseño en el **funcionamiento**, la estructura e interacción del producto o servicio que se ofrece.

## STYLING

El diseño se hace presente únicamente en la última etapa de todos los procesos y se utiliza para construir la **estética** del contenido y hacerlo visualmente entendible y atractivo, más no tiene influencia sobre él.



# RECOMENDADOS



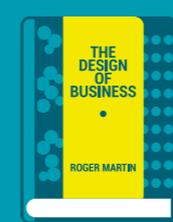
## Design Matters

Primer podcast sobre diseño en el mundo. Conoce de la cultura creativa a través de amplias conversaciones con diseñadores, escritores, artistas, músicos y otros personajes interesantes. ([www.designmattersmedia.com](http://www.designmattersmedia.com))



## Design Observer

Plataforma enfocada en compartir diversos temas de diseño. Además de una gran variedad de podcasts encontrarás, artículos, libros y más. ([www.designobserver.com](http://www.designobserver.com))



## The design of business

En este libro, Roger Martin describe el concepto de Design Thinking y cómo las empresas pueden incorporarlo en su estructura organizacional para obtener resultados innovadores a largo plazo.



## Change by design

Este libro, escrito por el CEO de IDEO, muestra cómo las técnicas y estrategias del diseño pueden ser incluidas en cada uno de los niveles de una organización para abrir caminos a nuevas alternativas innovadoras.



## Design Disruptors

Este documental de InVision, comparte cómo el diseño de producto se ha convertido en la más poderosa ventaja competitiva de las empresas modernas. ([www.designdisruptors.com](http://www.designdisruptors.com))



## Design the new business

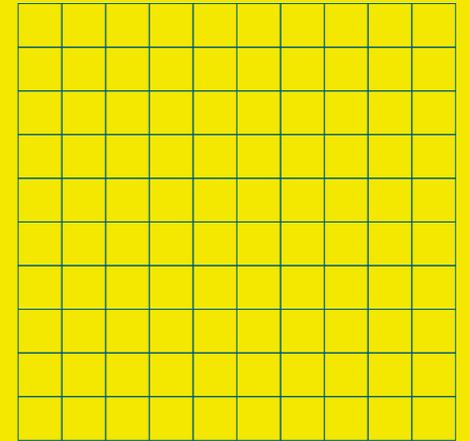
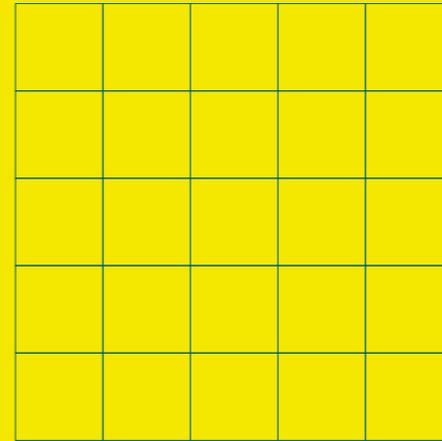
Aprende cómo el diseño está transformando los nuevos negocios, reemplazando las viejas formas de pensar por mentes abiertas y creativas. ([www.designthenewbusiness.com](http://www.designthenewbusiness.com))

GOOD  
DESIGN  
IS  
GOOD  
BUSINESS.

Thomas John Watson Jr  
IBM Corporation

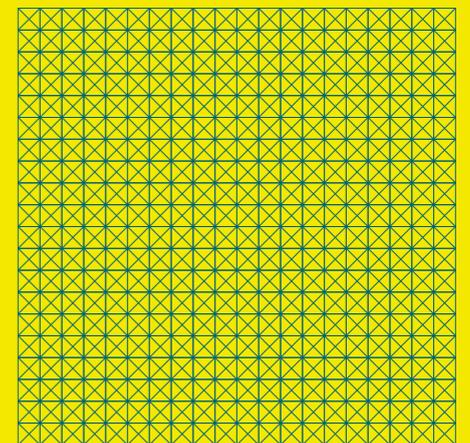
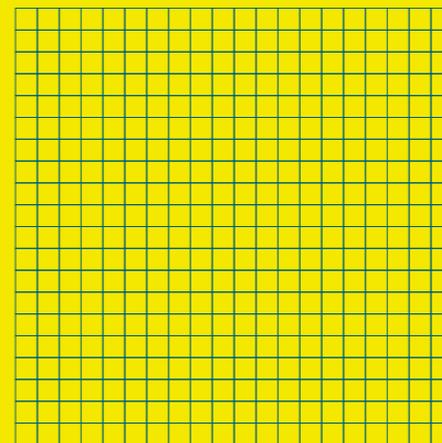
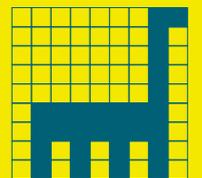
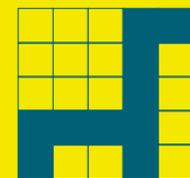
# RETO

Escoge una de las palabras y diseña un pictograma que la represente dibujando en las cuadrículas. Comienza de la más sencilla a la más detallada.



## EJEMPLOS

Bicicleta, tigre, abeja, hamburguesa, zapato, flor, ballena, o lo que tu quieras.



Comparte tus resultados con el hashtag [#CoolMagimasD](#) y etiquétanos [@grupoimasd](#).

**I** Somos un estudio de prospectiva, estrategia y diseño para marcas que se adaptan al cambio, creyentes de que la combinación entre la investigación y la creatividad son el punto de partida de resultados impactantes y coherentes.

A través de la **prospectiva** ayudamos a las marcas a proyectarse hacia el futuro y trazar una visión que los guíe en su crecimiento.

**M**

**A**

Construimos las bases que definen la forma de ser de las marcas y su manera de interactuar con las personas por medio de una **estrategia** sólida orientada al crecimiento y la sostenibilidad.

Y, finalmente, hacemos tangibles las ideas y soluciones a través del **diseño** y sus diversas metodologías que son nuestro modelo de pensamiento y acción.

*imast*

**S**

Dirección Creativa: David Freyre / Redacción de Textos: Camila Arango, Manuela Abreu, Daniel Moreno, Marcela Arango / Diagramación e Ilustración: Juan Felipe Cardona / Invitados: Marcela Velásquez / Impresión: Editorial Artes y Letras.

¿Cuál es tu reto? ¡Estamos listos!

🌐 [www.grupoimasd.com](http://www.grupoimasd.com) ✉ [hola@grupoimasd.com](mailto:hola@grupoimasd.com) 📷 @grupoimasd



**D**