

Un libro para aprender lo que no te pueden enseñar en las escuelas de negocios ni en las de diseño

Design Thinking para la innovación estratégica explica a través del *design thinking* cómo se pueden encontrar soluciones creativas a problemas complejos. El libro proporciona un marco de referencia y una forma de trabajar que tienen en cuenta la incertidumbre y el dinamismo que rodean la mayor parte de la toma de decisiones a las que se enfrentan las empresas actuales.

Aunque el *design thinking* en sí mismo no es nuevo, el autor Idris Mootee, ofrece una mirada nueva sobre la aplicación práctica de esta competencia dentro de la empresa moderna, un enfoque que intenta mejorar su grado de innovación.

Este libro no es un ejercicio académico sobre la posibilidad del diseño, sino una explicación práctica de cómo se pueden insertar en una organización los principios del diseño, para ayudarla a detectar oportunidades valiosas que antes estaban ocultas.

Design Thinking para la innovación estratégica, comparte una metodología sobre cómo insertar en una empresa moderna un nuevo conjunto de instrumentos basados en el *design thinking* que permita una nueva oleada de colaboración, visión y aprendizaje, destinados a mejorar la toma de decisiones y en última instancia la formación de un flujo más estable de creación de valor. Además, ofrece una visión refrescante sobre la necesidad de que el diseño y la viabilidad económica coexistan de una forma complementaria y simbiótica.

A lo largo de sus páginas el lector aprenderá a aplicar el *design thinking* para la planificación a largo plazo, los diez principios que redefinen la gestión empresarial y a crear una cultura de *design thinking* dentro de su empresa.

Con un formato novedoso, muy cuidado y con fotos espectaculares a todo color, *Design Thinking para la innovación estratégica* es un libro ideal para regalar y regalarse en el que además descubrirá el método desarrollado por el autor para los programas para ejecutivos de la *Harvard Graduate School of Design*.



Idris Mootee



© Idris Mootee

Es el CEO de Idea Couture, una Agencia global de innovación con oficinas en San Francisco, Shanghai, Toronto, London, Dubai, y México. Ha trabajado con clientes como Amex, Burberry, BMW, Boeing, Cisco, De Beers, Kraft, Nike, Samsung, y Pepsi.

Experto en la aplicación del *design thinking* también ha publicado *60-Minute Brand Strategist*.

DESIGN THINKING PARA LA INNOVACIÓN ESTRATÉGICA Idris Mootee

Sello: Empresa Activa
Colección: Empresa Activa ilustrado
P.V.P.: 29,95€ • 224 páginas
Lanzamiento: septiembre de 2014

