



DISEÑAR DECISIONES

La nueva ventaja competitiva en experiencia de usuario (UX)
para cambiar comportamientos y lograr grandes resultados

ISBN: 978-84-10221-89-5

COLECCIÓN: LID - Acción empresarial

IBIC: KJMD; KJMB; KJD

TEMA: KJMD; KJMB; KJD

BISAC: BUS019000; BUS041000

FORMATO: 13 cm x 18 cm PÁGINAS: 148 LOMO: 10 mm PESO: 306 g PVP: 23.95 €



¿Por qué algunas estrategias brillantes fracasan mientras otras, con cambios mínimos, arrasan? La respuesta está en un factor invisible: cómo deciden las personas. Diseñar decisiones te revela el poder oculto detrás de cada elección y cómo convertirlo en tu ventaja competitiva.

Este libro es una guía práctica para líderes, diseñadores, innovadores y responsables de producto que quieren comprender de verdad a sus clientes, equipos y usuarios. A través de la ciencia del comportamiento, ejemplos reales y herramientas aplicables, aprenderás a crear entornos que faciliten mejores elecciones: más efectivas, más humanas... y más rentables.

Descubrirás por qué no decidimos como robots lógicos, sino con emociones, atajos y bajo la influencia del contexto. Y, lo más importante, cómo aprovechar este conocimiento para rediseñar procesos, productos y experiencias que impulsen la acción sin manipular, usando principios éticos como la arquitectura de elección y los *nudges*.

No se trata de convencer más, sino de diseñar mejor.

Este libro te enseñará a detectar fricciones invisibles, a reducir la complejidad y a guiar decisiones clave con pequeños cambios que generan grandes resultados. Es una caja de herramientas para transformar la forma en que tu organización comunica, vende, innova y lidera.

Porque, al final, cuando entiendes cómo deciden las personas, no solo resuelves problemas: creas oportunidades que multiplican el impacto.

SOBRE LOS AUTORES

Esteban García es doctor en Alta Dirección de Empresas, especialista en economía conductual y diseño estratégico aplicado a la transformación de organizaciones. Con más de dos décadas de experiencia en consultoría y dirección, ha trabajado en proyectos que combinan estrategia, innovación y activación de comportamientos para mejorar la competitividad y la relación de las organizaciones con sus públicos. Actualmente dirige el Laboratorio de Diseño Estratégico Tuinkel, desde donde impulsa proyectos centrados en el cliente, y es fundador de Mimética, la primera plataforma de simulación basada en inteligencia artificial que permite testar decisiones empresariales antes de implementarlas. Compagina su labor profesional con la docencia en Transformación de organizaciones y Diseño estratégico centrado en las personas. Además, forma parte del patronato de WorldVision España, donde preside la comisión de desarrollo y marketing. Carlos Sánchez es un intraemprendedor que ha transformado KIA Iberia desde sus roles como *Head of Customer Experience (CX)* y director de MECA (Movilidad, Electrificación, Conectividad y Autonomía). Licenciado en ADE por el CEU y con formación de posgrado en ESIC, inició su carrera en el sector *retail* antes de incorporarse a KIA en 2006. Durante más de una década lideró el desarrollo de red y la imagen corporativa, y desde 2017 impulsa la experiencia del cliente alineada con los principios de la economía del comportamiento. Bajo su liderazgo, KIA se convirtió en la primera empresa automovilística en España con certificados AENOR en Experiencia de Cliente y Estrategia Sostenible. Reconocido por múltiples premios nacionales, ha consolidado a KIA como referente en innovación, sostenibilidad y relación con los clientes.