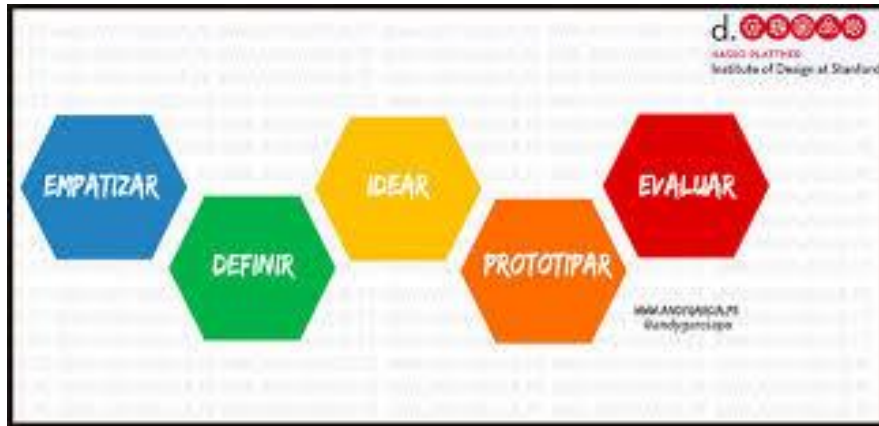


# **RECONOCEMOS LAS 5 ETAPAS DEL DESIGN THINKING**

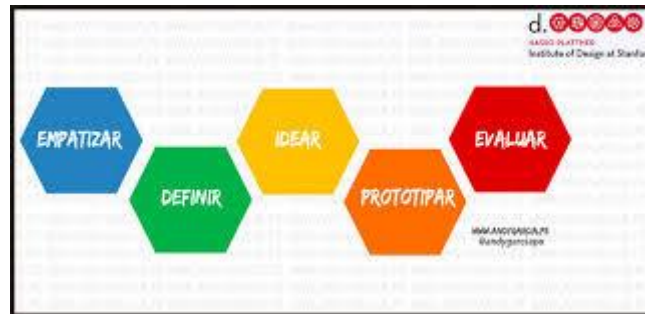


Design Thinking hace referencia a una metodología para la generación de ideas innovadoras y que toma como centro la perspectiva de los usuarios finales. De esta forma se pueden detectar problemas y necesidades, así como ofrecer soluciones efectivas y en muchos casos, alternativas, para cada una de ellas.

Aunque, por el nombre, parece que sólo va ligada al diseño o la publicidad, el Design Thinking ha ido cobrando mayor importancia en los últimos años desde que la consultora IDEO comenzó a hablar del tema y actualmente esta empresa se ha convertido en uno de los principales exponentes del Design Thinking.

En este artículo te mencionamos cuáles son las cinco etapas del Design Thinking y en qué consiste cada una de ella, por si en algún punto deseas ponerla en práctica en otros proyectos que no estén totalmente relacionados con el diseño.

## **1.EMPATIZAR**

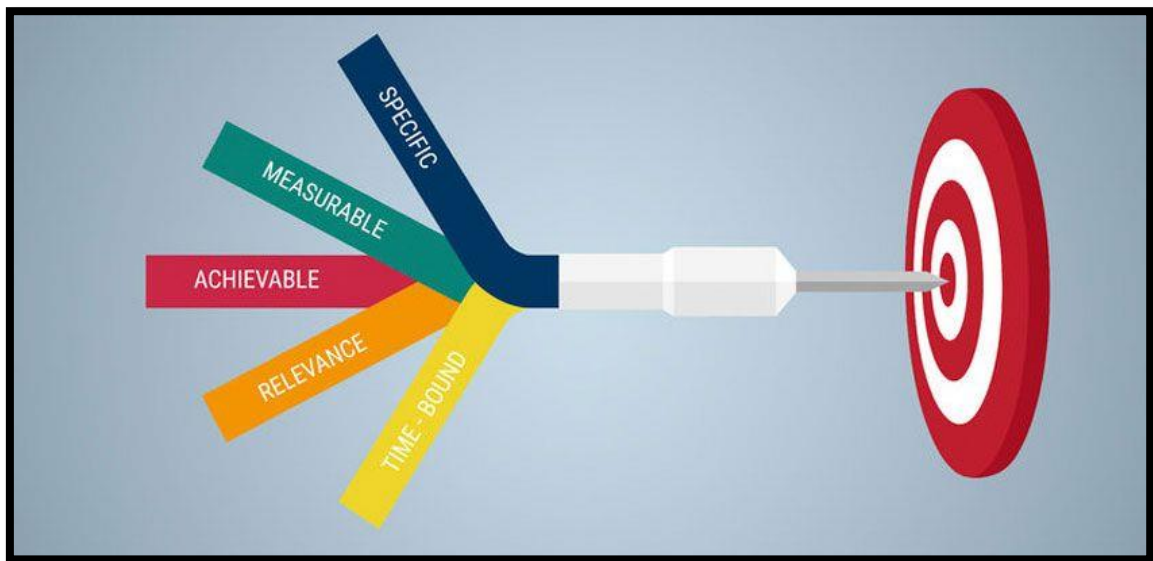


Empatía es la capacidad que tienen los seres humanos de identificarse con ciertas personas y entender sus sentimientos. Como debes imaginarte, esta es la fase esencial en la que los diseñadores o miembros de grupo intentan conocer y comprender a los usuarios finales de manera más profunda. No sólo se trata de conocer datos y estadísticas, sino de analizar situaciones, comprender la vida de los usuarios, así como los diferentes problemas y necesidades que poseen.

Para poder desarrollar la empatía no basta con observar a los usuarios, sino involucrarse con ellos mediante una conversación en la que ellos puedan compartir su punto de vista y debes procurar escuchar atentamente. Puede ser complicado desarrollar un grado de empatía con los usuarios finales, pero esta fase es la base del Design Thinking, así que es muy importante que se realice con mucha paciencia.

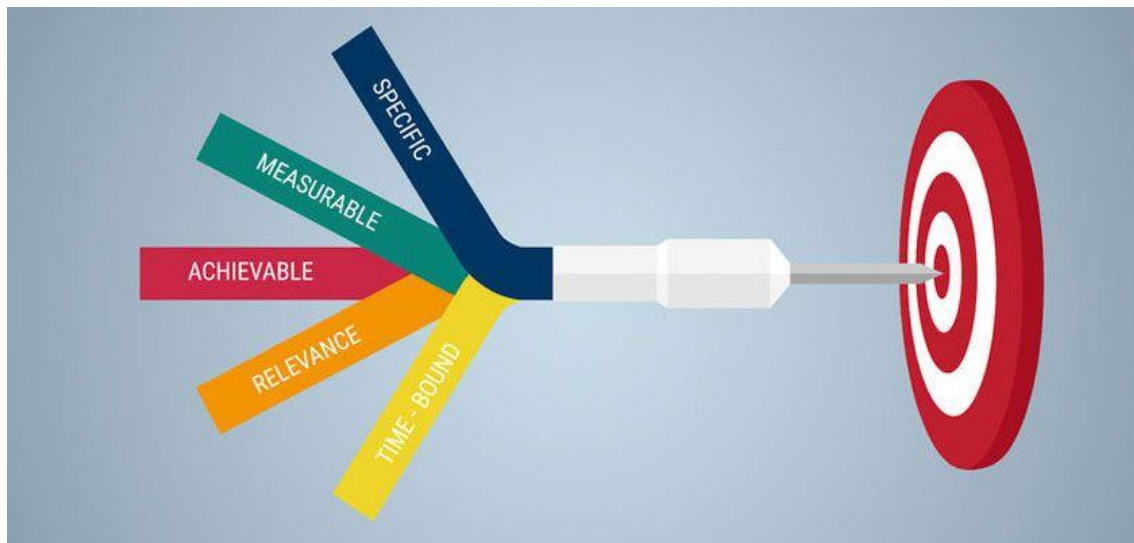


## 2. DEFINIR



Una vez que se llega a conocer en profundidad las dificultades y problemas de los usuarios finales puedes pasar a la siguiente etapa. Como parte de esta fase debes evaluar toda la información recopilada en la etapa anterior y conservar sólo aquella que realmente aporte valor y sea relevante para poder conocer a los usuarios, así como tener una idea más exacta de su vida diaria.

En la primera fase, aparte de conocer sobre las rutinas de los usuarios finales, habrás podido reconocer una gran variedad de problemas y necesidades. Ya que no todos esos problemas tienen solución o simplemente no puedes solucionar todos los problemas de los usuarios finales, como empresa tienes cierto enfoque a un solo rubro o un par de rubros, así que es imposible que puedas solucionar todos sus problemas. Es esencial, entonces, definir cuáles son aquellos problemas del cliente según el área de oportunidad que ofrezca cada problema determinado. De esta forma, al tener una serie de problemas específicos puedes centrarte en tomar las medidas necesarias para llegar a una solución definitiva.



### 3.IDEAR



Como su nombre indica, en esta fase empieza **el proceso de generación de ideas** en base a los problemas previamente establecidos. El objetivo es tener muchas alternativas de solución y no ir en busca de la mejor solución, al menos de momento. Se debe fomentar que todos los miembros de equipo participen de esta sesión y expongan su opinión y punto de vista. Ninguna idea debe ser descartada y se pueden emplear diversos métodos creativos como lluvia de ideas o mapas mentales, cualquier estrategia que sea más adecuada para tu equipo.

Se debe trabajar particularmente en crear un ambiente en el que todos los miembros se sientan capaces de aportar y dar ideas, sin ser juzgados por ellas. Es esencial que se cree un ambiente libre y de confianza, donde ninguna idea se cuestione.

### 4. PROTOTIPAR



El propósito de esta fase es convertir la idea o solución a la que has llegado **en un prototipo digital** o físico. No necesariamente debe ser un objeto, sino también un dibujo o incluso un guión gráfico. Los prototipos pueden ser elaborados con materiales como papel, cartón, plastilina o bloques de lego. Usualmente se emplean estos materiales económicos cuando el proyecto se encuentra en sus etapas iniciales y se va mejorando conforme el proyecto va mostrando progresos.

Como ya debes saber, un prototipo dentro del proceso de diseño web suele ser uno de los elementos finales con los que el usuario puede interactuar y se utiliza para realizar pruebas. En el caso del Design Thinking, como ya hemos mencionado, el prototipo puede ser hecho con materiales y herramientas económicas, según el presupuesto con el que se cuente. La gran ventaja de usar este enfoque es que se pueden ir haciendo mejoras graduales al prototipo sin gastar demasiado.

## 5. TESTEAR



En esta etapa se realizan pruebas con los prototipos realizados previamente y se solicita a los usuarios sus opiniones y comentarios al respecto, en base al uso de los prototipos. Es

una fase esencial en el Design Thinking pues ayuda a identificar errores y posibles carencias que puede tener el producto. En base a las pruebas se pueden presentar diversas mejoras sobre el producto.

A pesar de ser la última fase puede que te encuentres con diversas situaciones que requieran regresar más de una etapa atrás en el proceso. Por ejemplo, si te das cuenta que no has definido bien el problema, entonces es necesario regresar hasta esa etapa y empezar nuevamente desde allí. De lo contrario, lo más probable es que regreses nuevamente a la etapa de prototipado para refinar ciertos detalles o incluir nuevas características.

## **En conclusión...**

Como has podido apreciar, el Design Thinking está íntimamente relacionado con el proceso de diseño e incluso algunas de las fases son muy parecidas. La principal diferencia tal vez se encuentra en la profundidad de análisis de todas las fases. Aunque el proceso de diseño web también cuenta con ciertas fases cada persona lo adapta según sus necesidades o preferencias. Asimismo, en el proceso de diseño web ya hay un producto específico que se desea elaborar. En cambio, el Design Thinking sirve para la generación de ideas y productos en base a las necesidades y distintas situaciones problemáticas de los propios usuarios. Por esta razón, no sólo se emplea en ámbitos relacionados al diseño sino también en cualquier empresa en la que se deseen ofrecer soluciones específicas e innovadoras.